

**RENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA
EN SANTIAGO DE CALI**

**MARÍA PAULINA ESCOBAR BORRERO
DANIELA OBANDO TOBAR**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA CINE Y COMUNICACIÓN DIGITAL
SANTIAGO DE CALI
2017**

**RENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA
EN SANTIAGO DE CALI**

**MARÍA PAULINA ESCOBAR BORRERO - 2120585
DANIELA OBANDO TOBAR - 2110912**

**Proyecto de grado Para optar al título de
Profesional en Cine y Comunicación Digital**

**Director
MARITZA RINCÓN GONZÁLEZ
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA CINE Y COMUNICACIÓN DIGITAL
SANTIAGO DE CALI
2017**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Cine y Comunicación Digital

VICTORIA IDROBO

Jurado

GERYLEE POLANCO

Jurado

Santiago de Cali, 16 de Junio de 2017

CONTENIDO

	pág.
GLOSARIO	10
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	14
1. PROBLEMA INVESTIGATIVO	15
1.1 PLANTEAMIENTO	15
1.2 FORMULACIÓN	16
1.3 SISTEMATIZACIÓN	16
1.4 OBJETIVOS	17
1.5 JUSTIFICACIÓN	18
2. MARCOS DE REFERENCIA	20
2.1 ANTECEDENTES	20
2.1.1 Cine en las industrias culturales en Colombia. Las siguientes investigaciones abordan el tema de industrias culturales en Colombia, centrando su análisis en el cine.	20
2.1.2 Producción cinematográfica en Colombia	23
2.1.3. Políticas de fomento en el sector cinematográfico en Colombia	25

2.3 MARCO CONCEPTUAL	35
2.3.1 Industria cinematográfica como industria cultural	35
2.3.2 Rentabilidad simbólica o cultural	42
2.4 MARCO CONTEXTUAL	45
3. METODOLOGÍA	76
3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO	76
3.2 INSTRUMENTOS	76
3.3 PROCEDIMIENTO	77
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	79
4.1 INDUSTRIAS CULTURALES y su cadena de valor	79
4.1.1. Industrias Culturales	79
4.1.2. Cadena de Valor	82
4.2 DESARROLLO DEL SECTOR	103
4.2.1 Productoras cinematográficas en Cali	103
4.2.2 Las películas	119
4.3.1. El cine y el capital cultural	137
5. RECURSOS	159
5.1 RECURSOS HUMANOS	159

5.2 MATERIALES	159
6. CONCLUSIONES	148
BIBLIOGRAFÍA	163
ANEXOS	169

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Estrenos películas colombianas	50
Tabla 2. Películas colombianas estrenadas en el periodo de 2003 a 2015	51
Tabla 3. Dinero entregado a través de estímulos del Fondo para el desarrollo Cinematográfico 2004-2015	66
Tabla 4. Comparación espectadores cine nacional frente a extranjero (millones)	71
Tabla 5. Box Office 3 películas más taquilleras en 2015	72
Tabla 6. Top 3 películas colombianas más taquilleras en 2015	72
Tabla 7. Películas caleñas en salas de cine	129
Tabla 8. Películas caleñas estrenadas entre 2003 y 2015	150

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Donación e inversión en películas colombianas 2004 – 2015	66
Gráfico 2. Certificados de inversión y donación entregados	67
Gráfico 3. Incremento salas de cine en Colombia 2009- 2015	68
Gráfico 4. Contribución exhibidores a cuenta FDC	69
Gráfico 5. Espectadores cine nacional frente a cine extranjero	70
Gráfico 6. Cifras inversión y contraprestación Ley 1556 de 2015	74
Gráfico 7. Distribución del sector audiovisual para el 2012 en Colombia	80

LISTA DE ANEXOS

	pág.
ANEXO A. Entrevistas realizadas a productores de la ciudad como insumo a la presente investigación	167
ANEXO B. Cuadro películas producidas en Santiago de Cali	257

GLOSARIO

BIENES CULTURALES: los bienes culturales son aquellos muebles, bienes e inmuebles que conforman el patrimonio cultural de las naciones. Entre ellos se encuentran tanto las instituciones encargadas de preservar y divulgar el patrimonio, así como las obras y productos de importancia histórica y artística a través de los cuales se materializa la memoria cultural.

BOX OFFICE: dinero recolectado en taquilla, dividido en box office gross que corresponde al bruto de la recaudación, y está conformado por el precio de la entrada, menos los impuestos generados correspondientes a las leyes cinematográficas del país. La diferencia se convierte en el valor neto, box office net, y esto es lo que se distribuye entre exhibidor, distribuidor, productor, y porcentaje impuesto parafiscal.

CADENA DE VALOR: “Sucesión de procesos de desarrollo o creación de un producto que introducen un valor añadido al producto resultante¹”.

CAPITAL CULTURAL: el capital cultural puede entenderse como aquel acumulado que le permite a los sujetos o clases sociales dar cuenta de ciertos saberes y conocimientos sobre determinadas prácticas culturales relativas, sobre todo al arte. Este capital se construye en los entornos de socialización (familia, escuela, etc.), y atribuye cierta posición social y distinción a los sujetos frente a los acumulados de otros.

CINEMATOGRAFÍA: “Arte y técnica de proyectar imágenes fijas de manera continuada sobre una pantalla para crear una sensación de movimiento²”.

COPRODUCCIÓN: para que sea considerada una coproducción de largometraje colombiana, deberá estar producida por empresas cinematográficas colombianas y extranjeras, la participación económica no debe ser inferior al diez por ciento y no podrá exceder el setenta por ciento.

¹ Políticas para la creatividad: Guía por una economía creativa. [en línea]. Paris: UNESCO. 2010. p.134 [consultado 25 de mayo de 2016]. Disponible en Internet: <http://es.unesco.org/220384s.pdf>

² Diccionario Oxford. [en línea]. Oxford [consultado 25 de mayo de 2016]. Disponible en línea: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/cinematografia>

DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA: “La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura se encarga de fomentar la creación y una industria cinematográfica propia y estable en Colombia³”.

DISTRIBUIDOR: “Quien se dedica a la comercialización de derechos de exhibición de obras cinematográficas en cualquier medio o soporte⁴”.

ECONOMÍA CREATIVA: sector de la economía mundial que tiene como base el equilibrio entre la generación de condiciones de empleabilidad en torno a la cultura y su impacto en el desarrollo sostenible e incluyente.

EXHIBIDOR: “Quien tiene a su cargo la explotación de una sala de cine o sala de exhibición, como propietario, arrendatario, concesionario o bajo cualquier otra forma que le confiera tal derecho⁵”.

LARGOMETRAJE: “Se entiende por producción cinematográfica colombiana de largometraje, la que reúna los siguientes requisitos, que el capital colombiano invertido no sea inferior al 51%, que su personal técnico sea del 51% mínimo y el artístico no sea inferior al 70%, que su duración en pantalla sea de 70 minutos o más y para televisión 52 minutos o más⁶”.

PAY PER VIEW: “Sistema televisivo en el que el usuario elige qué programa o película en particular desea ver y paga por él⁷”.

PREVENTAS O VENTAS APRIORI: adquisición de películas antes de su exhibición comercial, para su circulación.

³ COLOMBIA.Ministerio de Cultura. [en línea]. Bogotá mincultura. [consultado 20 de febrero de 2017]. Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/quienes-somos/Paginas/default.aspx>

⁴ COLOMBIA. Ministerio del Interior y de Justicia. dirección nacional de derechos de autor. Decreto 1070 DE 2008 (Abril 7). Por el cual se reglamenta el artículo 26 de la Ley 98 de 1993 [en línea]. Bogotá D.C.: Ministerio del interior y de justicia, 2008. [Consultado 17 de julio de 2008]. Disponible en Internet: <http://www.mininteriorjusticia.gov.co/>

⁵ *Ibíd.*, p. 2.

⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 397. (07 de agosto, 1997). Por lo cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. En: Alcaldía mayor, Bogotá. 07, agosto, 1997.

⁷ Diccionario Cambridge Online. [en línea]. dictionary Cambridge [consultado 20 de febrero de 2017]. Disponible en línea: <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/pay-per-view?q=PAY+PER+VIEW>

PROIMAGENES: “El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica "Pro-imágenes Colombia" es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura). Pro-imágenes busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas del juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.”⁸

PRODUCTOR: “La persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad de la producción de la obra cinematográfica. Es el responsable de los contratos con todas las personas y entidades que intervienen en la realización de la obra (Ley 23 de 1982). Es quien detenta los derechos patrimoniales de la obra.”⁹

PUNTO DE EQUILIBRIO: los ingresos son equivalentes al valor total de la inversión, no se generaron pérdidas, ni ganancias.

RENTABILIDAD: “Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.”¹⁰

⁸ PROIMAGENES [en línea]. Bogotá proimagenescolombia [consultado 20 de febrero de 2017]. Disponible en línea: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/proimagenes/que_es_proimagenes.php

⁹ Términos utilizados en la presente convocatoria de la sección la Cartilla de Estímulos por Concurso en la modalidad Documental. p. 34

¹⁰ Diccionario Oxford Online. [en línea]. Oxford [consultado 20 de febrero de 2017]. Disponible en línea: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/rentabilidad>

RESUMEN

El presente trabajo de grado se preocupa por indagar los tipos de rentabilidad de la industria cinematográfica en Santiago de Cali, entre el 2003 y el 2015. Para ello, se realizaron tres tareas centrales: reconocer el estado de la cadena de valor del sector cinematográfico dentro de las industrias culturales locales, describir el desarrollo del sector con base en el trabajo de las productoras cinematográficas de la ciudad, e identificar elementos de la rentabilidad simbólica y cultural en sus experiencias de producción.

Palabras clave: cine, producción, productoras cinematográficas, industrias culturales, rentabilidad, cadena de valor, rentabilidad simbólica.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación nace a partir de nuestros intereses particulares sobre la producción cinematográfica como campo laboral, los cuales se fueron construyendo a lo largo de nuestra formación profesional. En ese sentido, este ejercicio, fue un proceso en el cual indagamos aspectos concernientes a la producción de cine en Cali, especialmente referidos al factor de la rentabilidad.

El presente documento no pretende dar una respuesta concreta sobre si el cine es o no una industria rentable en la ciudad, por el contrario, realiza un diagnóstico y un análisis, indagando y describiendo el trabajo y los avances de las productoras cinematográficas existentes en la ciudad de Cali, teniendo en cuenta las producciones de largometrajes realizados y su estado, respecto la producción a nivel nacional. En segundo lugar, analiza si Santiago de Cali cuenta con una industria cinematográfica articulada a través de una cadena de valor que procura tener en cuenta cada uno de los sectores que intervienen y hacen posible las etapas de producción de una realización audiovisual. Y en tercer lugar, realiza una aproximación al concepto de rentabilidad, haciendo énfasis en la rentabilidad simbólica y cultural para el caso de las productoras cinematográficas de la ciudad.

El documento se organiza de la siguiente manera: el capítulo 1 contiene el planteamiento del problema (planteamiento, formulación, sistematización, objetivos y justificación). El capítulo 2 contiene los marcos de referencia (antecedentes, teóricos, conceptuales y contextuales). El 3er capítulo, describe la metodología, es decir, el enfoque investigativo, los instrumentos de recolección de la información y el procedimiento. El capítulo 4, presenta y analiza los resultados de la investigación; y el 5to capítulo, de cierre, las conclusiones

1. PROBLEMA INVESTIGATIVO

1.1 PLANTEAMIENTO

La industria caleña ha tenido sus altibajos en la producción de nuevas películas desde sus comienzos¹¹, sin embargo, a partir del año 2003, gracias al apoyo de las diferentes legislaciones en el país, la producción cinematográfica ha tomado fuerza, por medio de la obtención de financiamiento y ampliando el panorama económico de la industria. Permitiendo la gestión de los diferentes proyectos a partir de las empresas productoras (ficción, no ficción y animación) que han logrado tener una continuidad en sus proyectos, y lograr resonancia a nivel nacional e internacional, no obstante, pueden existir algunas excepciones donde estos proyectos sean liderados por sus mismos directores o guionistas

Sin embargo, las discusiones sobre la “estabilidad económica” y la rentabilidad del trabajo de las productoras es amplio, y el tema debe ser motivo de reflexión, abordado desde la consideración de distintos factores que entran en juego, como la creación, financiación y exhibición. Si bien es cierto que el apoyo por parte de las legislaciones y fondos ha sido clave, el tema de rentabilidad está sujeto a muchos más aspectos que al netamente económico, incluyendo lo cultural y lo simbólico, que configuran maneras distintas de comprender cuándo un producto cinematográfico es o no es rentable

En los últimos trece años, la cinematografía caleña se ha hecho más visible a nivel mundial, gracias a la resonancia que ha tenido en festivales de talla internacional, y teniendo la posibilidad de concursar por estímulos y acceder a los beneficios tributarios creados por la ley de cine, que han dinamizado notablemente el sector. Para analizar si es rentable la realización cinematográfica en Santiago de Cali, es indispensable conocer el contexto de producción del país, entender a cabalidad cómo las leyes aprobadas de cine son estímulos para la realización, qué empresas utilizan estos estímulos para hacer sus filmes, y conocer estadísticas claves que indiquen en qué posición se encuentra el cine caleño frente al cine nacional. Lo anterior, a partir de las cifras que arrojan organismos como pro imágenes Colombia, y los estudios que realizó FeDesarrollo hasta el año 2011

¹¹ CALVO, Máximo. María [película]. Producida por Valley Film Company. Colombia, 1922. 1 DVD, 180 minutos, blanco y negro.

Con base a lo ya expuesto, es necesario establecer un panorama en el que se describa el entorno cinematográfico caleño y la forma de abordar la rentabilidad para el mismo, entendiendo así, cómo las productoras de la ciudad adelantan procesos creativos que dialogan con la industria cinematográfica y abren paso a la creación de nuevas empresas y espacios dentro del mercado del cine en la ciudad

1.2 FORMULACIÓN

¿Cómo está constituido el sector cinematográfico en la ciudad de Cali y cómo asume el concepto de rentabilidad en su quehacer considerando la experiencia respecto a la producción de largometrajes realizados entre 2003 – 2015?

1.3 SISTEMATIZACIÓN

Las preguntas orientadoras que se plantean son:

- ¿Qué son las Industrias Culturales?
- ¿Cuál es la importancia de la cadena de valor del sector cinematográfico dentro de las industrias culturales en Cali?
- ¿Qué aspectos integran la rentabilidad simbólica o cultural?
- ¿Puede reconocerse rentabilidad simbólica o cultural en la cinematografía local?
- ¿Cómo se financia la producción de cine en Santiago de Cali?
- ¿Qué producciones cinematográficas han realizado las productoras caleñas?

- ¿De qué manera los productores cinematográficos en Cali han logrado dar sostenibilidad a su empresa?
- ¿Cómo se encuentra la producción cinematográfica en Cali en comparación con la industria nacional?
- ¿Qué tipo de rentabilidad reconocen los productores como resultado de sus producciones cinematográficas?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general. Entender cómo se asume la rentabilidad en la industria cinematográfica en Santiago de Cali tomando como base la experiencia y los resultados de aquellas productoras que tienen por lo menos, un largometraje estrenado o en etapa de distribución entre 2003 y 2015.

1.4.2 Objetivos específicos. Identificar la cadena de valor que conforma el sector cinematográfico.

- Indagar aspectos de la rentabilidad simbólica o cultural en el trabajo de las productoras cinematográficas existentes en Cali.
- Describir el estado de la producción local con base en las películas realizadas entre 2003 y 2015

1.5 JUSTIFICACIÓN

Hablar sobre la producción cinematográfica en Cali implica concebir la historia del cine local en tres momentos claves: El primero, desde sus inicios en 1921 hasta 1954, periodo en el que se consolidó Cali como referencia en la cinematografía nacional. El segundo, con la creación del “Grupo de Cali” o “Caliwood” y el impacto de sus iniciativas. Y el tercero, desde el 2003 con la puesta en marcha de la Ley de Cine 814. Este panorama, aparentemente favorable para la creación y circulación de cine local, fue el punto de partida para interesarnos por la rentabilidad de la producción cinematográfica local: ¿cómo hablar de rentabilidad? ¿Qué tan rentables han sido los procesos creativos locales en torno al cine? ¿Consideran los productores la industria cinematográfica como un medio rentable?, etc., estos fueron algunos de los interrogantes que empezaron a dar forma a nuestro interés principal, creando la necesidad de identificar aspectos y datos que sugirieran respuestas respecto a la rentabilidad del cine local.

Como futuras profesionales en cine y comunicación digital, surgió en nosotras una inquietud enfocada a los procesos de financiación y distribución del sector cinematográfico, específicamente porque nos interesa formalizar una empresa en el sector cinematográfico, que maneje un flujo económico y de trabajo permanente. En ese sentido, consideramos de vital importancia tener unas bases sólidas y constituidas y un conocimiento acerca de la manera en la que se realiza el cine en Cali. Esta visión puede arrojar pistas para saber cómo proceder a la hora crear y financiar una productora cinematográfica.

Esta investigación se centra en Santiago de Cali, ciudad cuna de diferentes directores y productores reconocidos en el medio cinematográfico, con la intención de reconocer sus trayectorias y el eco de sus producciones, las cuales pueden servir de guía para futuros cineastas. En este proceso, resulta necesario considerar también, cómo la creación de diferentes leyes, fondos y estímulos que apoyan la cinematografía en el país, impulsan o no el sector, favoreciendo la creación local.

A través de este trabajo investigativo, se busca generar un documento que referencie el sector de la producción cinematográfica caleña, información que actualmente es limitada, estableciendo así un panorama de realización cinematográfica (ficción, no ficción y animación) en Cali, en el periodo de tiempo 2003 a 2015.

Para ello, esta investigación, además, se ubicó bajo la mirada de rentabilidad económica y simbólica, como manera de comprender las formas de apropiación y

posicionamiento del cine local, apostándole a una concepción de la creación cinematográfica como producto que puede comprenderse tanto desde lo económico como lo cultural.

En definitiva, este documento es pertinente, conforme hace un primer ejercicio referido a la identificación del sector cinematográfico local en el marco de las lógicas de las industrias culturales y la cadena de valor propia, posteriormente, reconoce los procesos de las productoras locales y las formas de entender la rentabilidad, y por último, se concentra en comprender la rentabilidad simbólica o cultural, como una forma de medir el impacto de la industria cinematográfica local en el proceso de desarrollo social y cultural de la ciudad.

2. MARCOS DE REFERENCIA

2.1 ANTECEDENTES

A continuación, presentamos los antecedentes que consideramos importantes en la presente investigación. La búsqueda contempló investigaciones a nivel local y nacional que se agruparon en tres categorías divididas de la siguiente manera:

- El Cine en las industrias culturales en Colombia
- Producción cinematográfica en Colombia
- Políticas de fomento en el sector cinematográfico en Colombia

2.1.1 Cine en las industrias culturales en Colombia. Las siguientes investigaciones abordan el tema de industrias culturales en Colombia, centrando su análisis en el cine.

- El documento **5 años de cara al desarrollo socioeconómico desde la cultura y la creatividad** es una iniciativa gestada desde el Proyecto de Industrias Culturales en Santiago de Cali, en convenio con COMFANDI y el Banco de Desarrollo Iberoamericano, en el que se presenta el movimiento de las industrias culturales en la ciudad, no necesariamente aplicado a grandes escalas, sino siendo conscientes sobre cómo lo local tiene la posibilidad de repercutir a nivel internacional. Este ejercicio muestra modelos de emprendimiento cultural del sector y sus posibilidades financieras. En el sector audiovisual, se relaciona un intento de cluster* realizado como iniciativa para fortalecer la industria cinematográfica caleña, el cual no contó con el suficiente apoyo por parte de los diferentes actores implicados, pero a pesar de ello, se adelantaron procesos que fortalecieron parte de la cadena de valor en el sector.

Este documento sirve como evaluación de la industria cinematográfica dentro de las industrias culturales, y aporta estadísticas relevantes para el sector y para el presente trabajo de investigación.

* Grupo de empresas relacionadas que trabajan en beneficios mutuos

➤ El documento **Cali Crea, una experiencia en emprendimiento cultural** creado en el marco del Proyecto Industrias Culturales Cali, investigación dirigida por Leydi Higido y Diana Ledesma, hace un recorrido por el emprendimiento relacionado con las industrias culturales en la ciudad, enfocando su estudio en los procesos creativos y empresariales de estas industrias, en la manera en que logran dar sostenibilidad a sus procesos y estructuras organizacionales.

Esta investigación ha sido de gran aporte para nuestro proyecto, ya que su centro de estudio es la ciudad de Cali, lo cual ha permitido entender la situación de las industrias creativas a 2011, redes, procesos, y gestión de calidad, así como los casos de estudio concretos en cada punto desarrollado.

➤ El artículo **Industrias culturales e inventario preliminar en Bogotá**¹², publicado en la revista EAM (Escuela de Administración de Negocios) en el 2007, por Alejandro Duque Escobar, Eduardo Corredor Díaz y Julieta Ramírez Mejía. Esta investigación es pertinente para nuestro trabajo de grado, ya que desarrolla una argumentación alrededor de la noción de industrias culturales y establece una relación entre la cultura y la economía, dando a conocer el papel de los actores colombianos de las industrias culturales; además, realiza un análisis del impacto del cine sobre la economía nacional, y los diferentes avances tecnológicos que hacen que su campo de acción sea más extenso.

➤ El documento **Cine en Colombia, siéntalo, entiéndalo y hágalo**¹³, se publicó en el 2006 como una iniciativa del Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Pro Imágenes en Movimiento” a cargo de Gonzalo Castellanos Valenzuela. Es de vital importancia este documento para nuestro proyecto de grado, por la forma como aborda el cine dentro de las industrias culturales, aclarándonos al panorama en cuanto a la distribución, exhibición y mecanismos de financiación.

¹² DUQUE ESCOBAR, Alejandro; CORREDOR DÍAZ, Eduardo; RAMÍREZ MEJÍA, Julieta. Industrias culturales e inventario preliminar en Bogotá [en línea]. En: Revista Escuela de Administración de Negocios. Mayo-agosto, 2007, vol. 3 no. 60, p. 10-14 [consultado 06 de Agosto de 2016] Disponible en internet: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606004>> ISSN 0120-8160

¹³ CASTELLANOS Valenzuela, Gonzalo. Cine en Colombia: siéntalo, entiéndalo y hágalo Bogotá: Pro imágenes en movimiento, 2006.

En Colombia, la realización de cine se encuentra registrada como actividad de industria en la Ley de Cultura, esta investigación comienza realizando un comparativo entre el cine como industria y como objeto cultural, cómo es necesario que el espectador logre un dialogo con el producto que está viendo, pero también, cómo es necesario que el realizador logre la financiación y ganancia de la película para seguir invirtiendo en el sector. De forma clave, este estudio analiza los mecanismos de financiación del cine colombiano, las leyes que se han aprobado y otros métodos estatales e internacionales para la consecución de dinero; para ello, hace también un recorrido por las leyes que se establecen cuando una película se considera un producto nacional, cuando es una coproducción y a qué tipos de estímulos accede en cada uno de los casos.

El estudio establece los derechos de autor para obras cinematográficas en el país, el reconocimiento de quién es el propietario de cada parte de la película y de cómo deberían repartirse las ganancias. Realiza también un análisis sobre cómo funciona la exhibición en nuestro país, a quién pertenece el monopolio y qué posibilidades hay de acceder con una película a éste. Por último, enuncia cada una de las entidades relacionadas con el cumplimiento de las políticas de cine y gestión de la memoria cultural a través de la cinematografía.

➤ El artículo **El cine como golosina, reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes**¹⁴ escrito por Jerónimo León Rivera- Betancur para la universidad de la Sabana en el año 2008. Esta investigación aporta a nuestro trabajo de grado, un análisis sobre el consumo cinematográfico del espectador, conocimiento sobre los procesos de distribución de las películas, y temáticas, elementos técnicos, elenco y demás aspectos que hacen que una película sea un elemento comercial con respecto a otra. Este trabajo, hace un análisis sobre el consumo de cine en los jóvenes a partir de una investigación realizada en la ciudad de Medellín, en ella se hace referencia a la gran oferta de cine al que se ve expuesto un joven y a la poca satisfacción que encuentran con el cine arte, ya que se ve el cine como un elemento de consumo. El estudio también pretende mostrar qué tendencias cinematográficas tienen mayor aceptación del público.

¹⁴ RIVERA Betancourt, Jerónimo León, El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes. [en línea]. redalyc. [consultado: 02 de Enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911210>> ISSN 0122-8285

2.1.2 Producción cinematográfica en Colombia

➤ La investigación **El productor en el Cine Colombiano**¹⁵ fue publicada en el año 2012 por Andrea Estrada, como resultado del Premio de Publicación de Investigaciones en Cine y Audiovisual Colombiano del Programa Nacional de Estímulos a la Creación y la Investigación del Ministerio de Cultura en 2011. Fue importante este trabajo, ya que aborda el rol del productor en el cine en Colombia, investigación que no se había realizado anteriormente, adicional a ello, aborda teóricos claves para nuestra investigación como lo es Néstor García Canclini, en el que se basa para realizar un análisis del cine como industria cultural en Colombia.

Además, reúne entrevistas de productores y realizadores, en las que busca indagar sobre el oficio de producción en Colombia, retos, ventajas y desventajas de la labor en el país.

➤ El trabajo de grado **El productor y la producción: caso Contravía Films**¹⁶ realizado por Daniela Moreno, en el programa de Cine y Comunicación Digital de la Universidad Autónoma, narra la experiencia de la estudiante en la pasantía institucional que realizó en la empresa productora Contravía Films. El trabajo presenta principalmente la forma operativa de la empresa y sus proyectos en las diferentes etapas de producción. La estudiante analiza el modelo Canvas con el que opera la productora y propone uno nuevo a partir del conocimiento adquirido en la academia.

Adicional a ello, se realiza una descripción general de las productoras cinematográficas en Colombia y busca definir el trabajo del productor en el cine, teniendo como base las implicaciones de dicho oficio en el cine autoral y el financiamiento de las películas a través de diferentes medios. Tuvimos en cuenta el presente documento, ya que es de las pocas investigaciones referidas a una productora en especial que se han realizado en el país, por lo cual es de vital importancia dejar por sentada su realización.

¹⁵ ESTRADA Gutiérrez, Andrea. El productor en el cine colombiano. Bogotá. Ministerio de Cultura. 2012. P25

¹⁶ MORENO, Daniela. El productor y la producción: caso Contravía Films. [en línea] Tesis de Grado Profesional en Cine y Comunicación Digital .Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Cali. Facultad de Comunicación social. Departamento de cine y comunicación digital programa de cine y comunicación digital 2014[consultado 02 de Enero de 2017] Disponible en internet: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/7742/1/T05790.pdf>

- La investigación, **Agentes del sector cinematográfico**¹⁷ fue publicado en el 2011 por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara por Liliana Castañeda López.

Esta investigación fue clave para nuestro trabajo de grado, ya que observa el sector cinematográfico como un objeto cultural que construye la memoria colectiva de un país y como un elemento de entretenimiento. También analiza, cómo el cine colombiano no tiene lugar dentro de la taquilla nacional, y aunque existen políticas que exigen a los exhibidores proyectar cierta cantidad de películas nacionales, lo hacen por un corto tiempo, ya que generalmente estas no cumplen con las metas de taquilla trazadas por los exhibidores, y son reemplazadas por películas internacionales que se mantienen con una alta cantidad de espectadores por semana. Aborda temas como, la creación de consejos departamentales y municipales de cinematografía y cómo Bogotá es la ciudad principal para el desarrollo cinematográfico en el país, sede de entidades reguladoras como MinCultura, la dirección de Cine, Pro-Imágenes en Movimiento y la mayoría de los centros educativos para artistas, a pesar de que se realizan esfuerzos para que otros municipios tengan igual voz. El estudio realiza también, un análisis de las políticas públicas durante tres épocas claves del cine nacional. Además de un panorama acerca de cómo intervienen las diferentes entidades gubernamentales en las leyes aprobadas para la cinematografía.

- El libro **“Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas”**¹⁸ publicado en el 2003 por el Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello, hace un análisis de la economía y el cine abordando inicialmente el caso de Estados Unidos y algunos países de Europa y Latinoamérica, para luego centrarse en Colombia y hablar del mercado cinematográfico, de su función favorable en la economía nacional y la estructura cinematográfica del país, analizando así los mecanismos de financiación hasta el año 2003 y haciendo una prognosis sobre lo que consideran que será el cine nacional en los siguientes años.

¹⁷ CASTAÑEDA López, Liliana. Agentes del sector cinematográfico y la diversidad cultural en Colombia. Revista: Comunicación y Sociedad [en línea] redalyc 2011. [consultado 02 de Enero de 2017] Disponible en línea: www.redalyc.com/articulo.oa?id=34615397007ER –

¹⁸ ZULETA, Luis Alberto; JARAMILLO, Lino; REINA, Mauricio. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo/Fedesarrollo. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003. P15

Aunque esta investigación fue publicada en 2003 y nuestro trabajo abarcará un periodo entre el 2003 y el 2016-1, realiza aportes importantes respecto al contexto del cine nacional y el impacto de la cinematografía en la economía del país.

En el año 2005, el Ministerio de Cultura publicó una segunda parte de este texto, en compañía de FEDESARROLLO, en el que, a la luz de la Ley de Cine, se analizó el incremento de la realización cinematográfica en el país con datos de los estímulos a los que accedieron algunas de las películas, coproducciones y comportamiento en taquilla. La investigación habla también, sobre las formas de financiación y recuperación del dinero, y la viabilidad de las películas en el mercado Colombiano.

➤ La investigación **Propuesta para el diseño de un modelo metodológico para el control de las variables críticas de la cadena de abastecimiento de la producción de cine en Colombia**¹⁹ escrita por Diana María Aragón López en 2009, realiza un recorrido por las diferentes etapas del cine nacional y la cantidad de películas realizadas en cada época, reconociendo el incremento con la ley de cine en el 2003. Al ser un trabajo de investigación realizado por un ingeniero industrial, se centra en la cadena de abastecimiento para el sector cinematográfico y el tipo de actores intervienen en cada una de las etapas de la realización de cine.

El estudio analiza cuántos de los actores de cada una de las etapas del sector tiene formación profesional en el tema. Para nuestra investigación es importante esta tesis, ya que contiene entrevistas importantes a representantes del sector, un análisis detallado del presupuesto de las películas y cómo se financia cada una de ellas.

2.1.3. Políticas de fomento en el sector cinematográfico en Colombia

➤ El proyecto de grado **Industria cultural del cine en Colombia, un estudio sobre el aporte hecho por el gobierno en este sector y la evolución tenida por este**²⁰ escrita por Jonatán Mauricio Rodríguez Taborda en el año 2013 para la

¹⁹ ARAGÓN López, Ana María. Propuesta para el diseño de un modelo metodológico para el control de las variables críticas de la cadena de abastecimiento de la producción de cine en Colombia. Bogotá DC: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ingeniería, 2009. p.126.

²⁰ RODRÍGUEZ TABORDA, Jonatán Mauricio. Industria cultural del cine en Colombia, un estudio sobre el aporte hecho por el gobierno en este sector y la evolución tenida por este. Requisito para optar al título de economista. Pereira: Universidad Católica de Pereira. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2013. p.86.

Universidad Católica de Pereira, hace un análisis de las políticas públicas aprobadas en Colombia para la cinematografía, compara el sector cinematográfico en el país frente a otros y cómo va en exponencial aumento, buscando consolidarse como un sector de gran interés y aporte para la economía nacional. Analiza de forma acertada el comportamiento de taquilla de las películas colombianas y extranjeras en territorio nacional, enfatizando su estudio a la zona cafetera.

Adicional a ello, desglosa la Ley de Cine año por año desde su aprobación, para ello acude a un análisis estadístico que permiten visualizar el dinero aprobado para estímulos por concurso y certificados de inversión y donación. Realiza también un análisis del dinero captado en taquilla nacional y países de Latinoamérica y España, frente a la cantidad de habitantes del país y el PIB. Este documento es importante para nuestro trabajo de grado gracias al comparativo que realiza entre industria y cultura, y los análisis que hace para cada una de las políticas de fomento cinematográfico en el país.

➤ El trabajo de grado **Análisis de las políticas de fomento del Cine en Colombia**²¹ presentado por Bibiana Paola Acosta Lara en el 2009, presenta un análisis detallado de las políticas de fomento para el sector cinematográfico y ley general de cultura. Revisa cada una de las políticas aprobadas a lo largo de la cinematografía nacional, desde la llegada del cinematógrafo al país, pasando por la época de FOCINE, y la creación de las primeras escuelas. Realiza además, un análisis de por qué el cine necesita políticas de fomento en un país como el nuestro, y habla del impacto de las políticas públicas de cine en el país.

²¹ ACOSTA Lara, Bibiana Paola. Análisis de las políticas de fomento del Cine en Colombia. Requisito para optar al título de Politóloga. Bogotá DC: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Ciencia Política y Gobierno, 2009. p.63.

2.2 MARCO TEÓRICO

Este capítulo busca abordar las distintas definiciones en torno a la noción de industrias culturales como marco teórico del presente trabajo. Para ello, se iniciará explorando cómo este significado se ha transformado con el paso del tiempo, posteriormente se definirá qué son las industrias culturales desde la perspectiva de diferentes autores, indagando por qué el cine entra a jugar un papel importante dentro de las industrias culturales, y por último, nos aproximaremos a algunas nociones sobre rentabilidad.

2.2.1 La creación y configuración de las industrias culturales. En la década de los 40, apareció el término de industrias culturales, acuñado por Theodor Adorno Horkheimer en su libro “Dialéctica del Iluminismo”²² (1944), en el que hacen referencia a las industrias culturales como la transformación negativa de la cultura. Estos pensadores de la escuela de Frankfurt, realizan una crítica de cómo el mundo se ha convertido en una industria, y los seres humanos pierden sus cualidades como individuos para convertirse en una masa homogénea.

El análisis que ellos realizan, hace referencia a que las industrias culturales reducen la barrera entre la vida cotidiana y la imagen de la industria, engañando a las masas y encaminándolas al consumo; tras un día de opresión laboral, las Industrias culturales **(IC)** brindarían al hombre felicidad en su tiempo libre a través de productos para distraerse, suprimiendo el punto de vista e imaginación de éste, ya que la comunicación es unilateral y el único locutor es la industria, entregando todos los elementos del espectáculo, sin lugar para la creación mental del consumidor. El cine, la radio y la televisión satisfacen los deseos del consumidor, no bajo la perspectiva del arte, sino como elementos estandarizados, que no discriminan entre las diferentes clases sociales, dándole al hombre la ilusión de “elegir” siendo engañado por aquellos que ya diseñaron productos estándar para un tipo ideal de consumidor.

Estos pensadores, entendían que la información y valores que recibían las masas no eran bien intencionados, y aunque una industria cultural es la industria de la diversión, cualquier esfuerzo mental que tuviera que realizar el individuo tenía que ser abolido, reemplazado por ideas claras de consumo que permitieran ejercer dominio sobre los sujetos.

²² ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialéctica del iluminismo. Alemania. 1944.p25

Por otro lado, Néstor García Canclini, reconoce las industrias culturales como transformaciones que tienen aspectos positivos, pero también negativos con respecto al arte y los medios de comunicación. Su preocupación principal, radica en la manera cómo operan estas industrias en Latinoamérica, y cómo este cambio ha influido directamente en la esfera pública y la privada.

La globalización y los avances tecnológicos, han eliminado progresivamente la cultura popular de cada región, dejando por fuera las culturas más débiles, pero permitiéndole a su vez hacerse notar a aquellos que se adhieran a empresas transnacionales, esta unión, da paso al surgimiento de las culturas híbridas. En ese sentido, la cultura se convierte en una mezcla homogénea de elementos locales e internacionales de distinto orden que al ser parte de un mundo globalizado que activa la interculturalidad, y da paso al nacimiento de nuevos imaginarios sociales alrededor de la cultura y de las distintas manifestaciones derivadas de ella.

García Canclini analiza cómo el mundo se encuentra dominado por las industrias culturales, que han pasado a ser parte de imperios económicos, los cuales a su vez forman parte de estructuras transnacionales poderosas y debidamente organizadas. Con los tratados de libre comercio, por ejemplo, el crecimiento económico derivado de las industrias culturales propicia procesos que anulan la diversidad, siendo evidentes los signos de globalización provenientes en su mayoría de Estados Unidos y Japón, y muy pocos de Latinoamérica.

Canclini afirma que el mercado global, lo deberían definir los ciudadanos multiculturales y el papel de las industrias culturales debe ser el de organizar y potencializar los aspectos de cada cultura, ya que considera posible la inserción de lo popular en lo masivo transnacional. Para ello, propone acciones que creen cultura y reformen las políticas nacionales, porque los procesos de privatización las han afectado. En esa medida, por ejemplo, propiciar la creación de consejos nacionales de arte, son estrategias que apelan a la actualización y a la conservación de elementos característicos de la idiosincrasia propia. El autor sugiere además, que aunque hoy en día hay muchos estudios sobre consumo cultural en Latinoamérica y se teoriza cada vez más sobre políticas de cambio, deberían ejecutarse organizadamente para garantizar cambios importantes en la cultura nacional de los países latinoamericanos.

Las industrias culturales, por un lado, hacen parte de las fuentes de ingreso económico importante para una nación, pero de igual manera son el origen de la

creación de identidad social. John Howkins en el año 2007 aseguró, que las industrias creativas representaron el 6,1% de la economía global en el 2005²³.

En el mundo las industrias culturales son conocidas con diferentes nombres como industrias del ocio, del entretenimiento, de contenido, economía cultural o creativa, por lo tanto, es relevante hacer una revisión que permita clarificar la noción y nos aproxime a identificar el lugar del cine en las industrias culturales:

➤ La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO²⁴) define las industrias culturales y creativas como “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”.

La UNESCO, clasificó las industrias culturales en las siguientes categorías:

- ✓ Museos, galerías y bibliotecas
- ✓ Artes escénicas
- ✓ Festivales
- ✓ Artes visuales, artesanía
- ✓ Diseño
- ✓ Industria editorial
- ✓ Televisión, radio
- ✓ Cine y video
- ✓ Fotografía
- ✓ Medios de comunicación

²³ HOWKINS, John. The Creative Economy. Allen Lane, The Penguin Press, Londres, 2007, p. 86

²⁴ UNESCO, Industrias creativas [en línea] unesco [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

➤ La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)²⁵ definió las industrias culturales como “ciclos de la producción, distribución y bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como insumos primarios, constituyen también un bloque de actividades basadas en el conocimiento, concentradas, pero no limitadas a las artes, generando ingresos a través de la producción de derechos intelectuales. Comprende productos tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado, constituye un nuevo sector dinámico en el comercio mundial, se basa en los sectores de servicios y artesanos” (Traducción propia)

➤ La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)²⁶ define que las industrias de contenidos están integradas por: “editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para web, juegos electrónicos y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media)”.

➤ El banco interamericano de desarrollo (BID), entiende que “las industrias culturales pueden ser identificadas como un grupo de sectores que ofrecen: i) servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (p.ej. películas, música grabada, medios impresos o museos) y ii) productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social (p.ej. ropa de moda o joyería)”.²⁷

²⁵ Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). Creative Economy Report 2010. Naciones Unidas, 2010. p. 8

²⁶ Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe [en línea]. SELA, Caracas, 2011. p. 15. [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2011/06/T023600004770-0-Incentivo_a_las_Industrias_Creativas_y_Culturales-_Di_08-11.pdf

²⁷ QUARTESAN, Alessandra; ROMIS, Mónica; LANZAFAME, Francesco. Las industrias culturales [en línea]. en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. 2007. [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5437/LAS%20INDUSTRIAS%20CULTURALE%20S%20EN%20AM%C3%89RICA%20LATINA%20Y%20EL%20CARIBE%3A%20%20DESAF%C3%8DOS%20Y%20OPORTUNIDADES%20.pdf?sequence=1>

Con base a las definiciones anteriores, entendemos las industrias culturales como aquellas que se dedican a la producción y distribución de bienes y servicios culturales, dentro de los que se incluye la cinematografía, el teatro, las editoriales, la radio, la fotografía, la televisión y la preservación patrimonial. Encontramos que algunos de los organismos que intentan definirlas, tienden a vincular las industrias creativas a las industrias culturales en aras de abarcar una categoría más amplia, ya que a pesar de que incluye los mismos campos, da cabida a la innovación, permitiendo el desarrollo e investigación de productos digitales o software. Para los intereses del presente trabajo, reconocemos el potencial creativo de ambas y utilizaremos únicamente el término de industria cultural para abarcar todas las categorías.

2.2.2 El cine en las industrias culturales. Antes de entender el cine como una industria cultural, es importante hacer una breve definición de qué es cine. Para autores como Risotto Canudo, el cine debe conseguir transmitir emociones y no únicamente narrar hechos. Edgar Morin afirma a partir de una reflexión sobre diferentes definiciones dadas sobre la cinematografía que

El cine refleja la realidad, pero es también algo que se comunica con el sueño. Ellos constituyen el cine mismo, que no es nada sin sus espectadores. El cine no es la realidad porque así se diga. Si su irrealidad es ilusión, es evidente que esta ilusión es al menos su realidad. Pero al mismo tiempo sabemos que lo objetivo está despojado de subjetividad y que ningún fantasma va a turbar la mirada que fija a nivel de lo real²⁸

El cine es en su esencia un proceso industrial, que implica el despliegue de personal técnico y artístico, y grandes cantidades de dinero, así como grandes elementos que conforman su acción comercial; también es un lenguaje y un arte que se configura al retratar la realidad y construir una nueva, vista desde su mirada propia e interpretada por un público que tiene un contexto social y cultural construido de manera diferente.

El cine pertenece por excelencia a las industrias culturales, pues desde su origen se ha industrializado su proceso, y a la vez, recoge elementos culturales que construyen la memoria de la nación. Pertenece a las industrias culturales y es una de las que más aporta a la economía, pero pensadores como Adorno y Horkheimer, lo vieron en su época bajo un concepto negativo, pues afirmaron que es un instrumento para manipular las masas y una extensión de lo que sería la

²⁸ MORIN Edgar, El cine o el hombre imaginario. Traducción, Editorial Seix Barral. Barcelona, 1972.p. 223.

realidad implantada desde la visión de un realizador. El cine configura un todo social y hace parte de procesos industrializados que controlan y suprimen, en ocasiones, el pensamiento propio. Estos autores ven el cine desde el contexto en el que vivieron Al fin y al cabo Hollywood de los cuarenta es el que explotó las máximas posibilidades del negocio cinematográfico, y el que movilizó todas sus fuerzas para ayudar al triunfo americano en la Segunda Guerra Mundial²⁹

García Canclini advierte que el cine es exitoso para los espectadores latinoamericanos cuando contiene un despliegue técnico e incluye actores reconocidos, de no ser así, el público promedio latinoamericano no consumiría en masa un producto cinematográfico.

Los países latinoamericanos han perdido su capacidad de producir productos propios, esto se debe quizás a la concentración de capital para la realización en países como Estados Unidos o España y la falta de políticas culturales que apoyen la realización de productos que hablen de lo que se vive en estos países y que no sean parte únicamente del consumo de lo que vive por fuera; que, aunque como afirma Canclini, si bien éstos se han transnacionalizado, la cinematografía debe ser capaz de realizar productos que hablen desde su interior y se creen imaginarios comunes de lo que ocurre en cada lugar.

Con base a lo anterior y a pesar de hablar económica, creativa y culturalmente del cine, en la concepción de este como industria entran en juego aspectos de distinto orden correspondientes tanto a los elementos técnicos, económicos y a su valor como bien y servicio cultural, los cuales se analizarán más adelante.

2.2.3 Nociones sobre la rentabilidad. Hablar de rentabilidad, implicó revisar los posibles modos de abordarla para definir una dimensión que posibilitará generar el análisis. . El primer ejercicio fue encontrar una teoría desde la cual situarnos, para ello, rescatamos las perspectivas utilizadas en la economía, específicamente en el Sistema Dupont, el cual hace mención a cómo calcular o realizar seguimiento a los estados financieros de una empresa, incluyendo la rentabilidad.

²⁹ ESPEJO Cala, Carmen. El cine como industria cultural. La visión de la escuela de Frankfurt. [en línea] idus. [consultado 03 de Enero de 2017]. Disponible en línea: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/28109/cien_elcinecomoindustria.pdf?sequence=1

En ese proceso, encontramos nociones demasiado sofisticadas que tuvimos que ir aterrizando conforme a nuestros interés y capacidad de análisis producto de nuestra formación profesional. En ese sentido, el segundo ejercicio fue tomar como base teórica la noción de Clyde P. Stickney & Roman L. Weil³⁰ (2013), quienes definen rentabilidad como el retorno sobre una inversión, en un tiempo determinado, así como el rendimiento de la misma y la capacidad de generar riqueza.

La rentabilidad está relacionada a los beneficios que se adquieren a partir de una inversión o de los recursos financieros de la empresa. Se mide según el rendimiento del capital en un periodo determinado de tiempo, representado ya sea en porcentaje o con la muestra del valor absoluto. Entonces, para que una empresa o producto se considere rentable, su margen de ganancia debe superar el valor de las inversiones, por lo tanto, producir utilidades.

La rentabilidad a su vez, puede concebirse como económica, financiera y simbólica o cultural. Para ello, realizamos a continuación una descripción de cada una de ellas, sin embargo, profundizaremos más adelante en la rentabilidad simbólica, entendiendo que nuestras reflexiones sientan sus bases en las nociones analíticas de las artes y las humanidades. Esto es, la rentabilidad no debe medirse únicamente por su aporte o retribución financiera, sino por el valor social, cultural y simbólico que traen con ella la circulación de bienes culturales, como lo es el cine.

La Rentabilidad Financiera se encuentra asociada principalmente a la capacidad que tiene una empresa de obtener un retorno económico para cada uno de sus socios, “aceptada generalmente como indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas”³¹. Este tipo de rentabilidad se mide con base a la inversión de fondos propios³².

³⁰ STICKNEY, Clyde; WEIL, Roman L; SCHIPPER, Katherine; FRANCIS, Jennifer. Contabilidad Financiera: Una introducción a conceptos, métodos y usos. Cengage. 2011 p. 32

³¹ SÁNCHEZ Segura, Amparo. La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. En: Revista española de la financiación y contabilidad. España, 1994. p. 159-179

³² SÁNCHEZ Ballesta, Juan Pedro. Análisis de Rentabilidad de la empresa. [en línea] 5campus. 2012. [Consultado el 10 de Abril de 2017]. Disponible en línea: <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

Mientras tanto, **la Rentabilidad Económica** está relacionada a la eficiencia de los activos, independientemente de cómo han sido financiados o intereses que se deben pagar. La rentabilidad económica mide entonces la capacidad de una empresa para hacer riqueza.

La rentabilidad económica, habla de la eficiencia de la gestión que realiza la empresa y cómo es el comportamiento de sus activos, determinando así si la empresa es rentable o no. Al no importar de donde proviene la financiación de sus activos, determinará la capacidad de la empresa para desarrollar su actividad económica.

La Rentabilidad Simbólica o Cultural puede definirse como el valor y significado que se crea y se reconoce en torno a las prácticas socioculturales, en este caso en particular el cine. En esa medida, se estaría hablando del aporte de las distintas prácticas culturales y creativas a la consolidación del tejido social, al desarrollo de las comunidades, a la creación de saberes, a la creación de posibilidades en torno a ellas, etc.

La rentabilidad simbólica o cultural, que tomaremos como referencia para el análisis de la información obtenida en el presente trabajo de investigación, hace referencia a los beneficios a nivel de desarrollo social que se obtienen de los servicios ofrecidos por empresas y organizaciones en torno a los sectores culturales. En ese sentido, si bien se reconocen aspectos relacionados con la rentabilidad económica que se derivan de las industrias creativas y del entretenimiento, la atención, en este tipo de rentabilidad, se ubica en los ecos que puede tener la oferta de dichos servicios en las distintas dimensiones de la vida social. En vista de que la noción de rentabilidad simbólica/cultural se nutre de varios conceptos para su análisis, éstos se desarrollarán en el siguiente capítulo, detallando aquellos que se aplicaron específicamente en el presente proyecto.

Marco conceptual La rentabilidad simbólica o cultural, que tomaremos como referencia para el análisis de la información obtenida en el presente trabajo de investigación, hace referencia a los beneficios a nivel de desarrollo social que se obtienen de los servicios ofrecidos por empresas y organizaciones en torno a los sectores culturales. En ese sentido, si bien se reconocen aspectos relacionados con la rentabilidad económica que se derivan de las industrias creativas y del entretenimiento, la atención, en este tipo de rentabilidad, se ubica en los ecos que puede tener la oferta de dichos servicios en las distintas dimensiones de la vida social. En vista de que la noción de rentabilidad simbólica/cultural se nutre de varios conceptos para su análisis, éstos se desarrollarán en el siguiente capítulo, detallando aquellos que se aplicaron específicamente en el presente proyecto.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

El presente capítulo da cuenta de los principales conceptos que orientan el análisis de la información dispuesta en este documento. Para ello se utilizaron como ejes los conceptos de industria cinematográfica (en el marco de las industrias culturales) y rentabilidad simbólica o cultural, procurando establecer la relación entre ellos.

2.3.1 Industria cinematográfica como industria cultural. Hablar de la industria cinematográfica como una industria cultural, implica reconocer toda una estructura organizativa que le permite operar como tal. Para el caso nacional, el cual tomaremos como referente para desplegar el análisis del sector local, se puede reconocer la existencia de una serie de etapas que posibilitan reconocer aspectos concernientes al desarrollo del sector, y por ende, al de la industria.

De acuerdo a la Ley 814 de 2003, Capítulo I, artículo 2º: “El concepto de industria cinematográfica, designa los momentos y actividades de producción de bienes y servicios en esta órbita audiovisual, en especial los de producción, distribución o comercialización y exhibición. Por su parte, el concepto de cinematografía nacional comprende para efectos de esta ley, el conjunto de acciones públicas y privadas que se interrelacionan para gestar el desarrollo artístico e industrial de la creación y producción audiovisual y de cine nacionales y arraigar esta producción en el querer nacional, a la vez apoyando su mayor realización, conservándolas, preservándolas y divulgándolas”.³³ Esta definición está relacionada directamente con cada una de las etapas de la producción cinematográfica.

Se aplicó el largometraje³⁴ como un producto comercial, y como fuente importante de ingresos para las industrias culturales, ya que moviliza grandes cantidades de dinero en sus diferentes fases, promoviendo la generación de empleos directos e indirectos.

Con base a lo anterior, es necesario tener la definición de cada una de las etapas que la integran:

³³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 814 (2, julio, 2003) Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237

³⁴ En Colombia un largometraje debe tener una duración igual o mayor a 70 minutos

- **Etapas de la producción cinematográfica**

➤ **Etapas de Desarrollo:** Es la etapa donde se concibe el producto a desarrollar, suele estar incluida la investigación y escritura de guion, así como la financiación completa o parcial de la película en diferentes mercados cinematográficos, con coproducciones o través de políticas públicas que apoyan el financiamiento de las producciones en cada país. Se planea el tiempo y estrategia de recuperación de la película.

En Colombia, para que sea considerada una coproducción de largometraje, deberá estar producida por empresas cinematográficas colombianas y extranjeras, la participación económica no debe ser inferior al 10% y no podrá exceder el setenta por ciento, y la participación artística debe ser equivalente al 70% de la participación económica nacional, comprobando su trayectoria y competencia en el sector. Así:

Las obras cinematográficas realizadas en coproducción de conformidad con lo previsto en este acuerdo, serán consideradas como nacionales por las autoridades competentes de cada país coproductor, y gozarán de pleno derecho de las ventajas e incentivos fiscales que resulten de aplicación a la industria cinematográfica, que estén en vigor o pudieran ser promulgadas en cada país. Estas ventajas e incentivos fiscales serán otorgados solamente al productor del país que las conceda.³⁵

Los mercados cinematográficos son espacios designados para la comercialización y relaciones públicas de los proyectos alrededor del mundo, donde miles de inversionistas, distribuidores y productores recorren los mercados escogiendo películas viables económicas o artísticamente para así apoyar en su realización. Para la financiación de las diferentes etapas de una película, suele recurrirse también a diferentes fondos internacionales que prestan un dinero para la realización de la misma, o se realiza en forma de donación, premiando principalmente originalidad en la historia y propuesta artística.

Este proceso es realizado generalmente por productores independientes, que constituyen el cine independiente en “La industria cinematográfica independiente consiste en esas compañías comprometidas a la producción y/o distribución alrededor del mundo, por todos los medios, de películas y programas televisivos no realizados por estudios reconocidos. Incluye todas las producciones

³⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1262 (2008) Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237

independientes en las que, a pesar de ser distribuidas por un gran estudio, el productor conserva un significativo interés de propiedad y está en riesgo por una porción significativa de costos de producción” (traducción propia)³⁶.

Los principales fondos aplicables para producciones cinematográficas colombianas son³⁷:

- Ibermedia
- Hubert Bals – Festival de Rotterdam
- Fondo del festival de Gotemburgo
- Festival internacional de cine de Amiens
- Fondazione Montecinemaverità
- Fundación Jan Vrijman
- Festival de cine de la Habana - concurso de guiones
- Cinema Novo film fund
- Sundance institute
-

³⁶ CICCHETI, Charles; PEALE, W.B ; BOEDEKER, Stefan; DUBIN, Jeffrey; TRUITT. Jeff The economic consequence of independent film making. 1995.p.25

³⁷ ProImágenes, Fondos internacionales [en línea] proimagenescolombia [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea:http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/fondos/fondos_internacionales.php

- Macarthur foundation
- Oficina católica internacional de cine (OCIC)
- Center for alternative media and culture
- Soros documentary fund

- **Etapas de Pre-producción**

Es la fase donde se organiza cada uno de los detalles de grabación de la película, se realizan las propuestas técnicas y artísticas de todo el personal, así como las contrataciones legales, elección de casting, y consecución de locaciones. Se planea también cantidad de días a rodar y con base a esto se afinan detalles del presupuesto detallado.

Cada uno de los departamentos solicitará los requerimientos para garantizar que la película obedezca a lo que artística y comercialmente se ha planeado. Se procede a la firma de contratos con cada una de las áreas implicadas, alquiler de equipos, locaciones, personal.

La planeación o preproducción de una película garantizará que durante su producción cumpla con lo estimado, cualquier faltante en ella se verá reflejado en el aumento de presupuesto.

- **Etapas de Producción**

“En el lenguaje de Hollywood, la fase de rodaje se denomina frecuentemente production, aun cuando «producción» es el término que se utiliza para el proceso global de hacer una película”³⁸.

En esta instancia se graba la película, es la fase donde mayor número de implicados se encuentra reunido, por lo tanto, es el momento más costoso de la producción, debido a que se requiere una lista de servicios que se cubren directamente por el personal contratado por el productor, aparte de servicios subcontratados.

“Normalmente se intenta que la primera semana de rodaje sea un periodo de relativa exigencia. Para ello se estructura el plan de filmación de tal manera de evitar las escenas más difíciles - en términos de cantidad de extras, decorados o acciones dramáticas - y facilitar el “acople” del equipo técnico en la práctica de cada día. Se hace necesario ir “de menor a mayor” y así permitir una mejor coordinación entre los distintos integrantes del grupo. Los primeros días de trabajo sirven para evaluar, tanto desde la dirección como la producción, y modificar los aspectos que no son satisfactorios logrando hacer más fluido el funcionamiento del conjunto”.³⁹ Esto con el fin que los tiempos se cumplan a cabalidad y los recursos predestinados sean gastados correctamente.

³⁸ BORDWELL, David. El arte del mundo Cinematográfico, Editorial Paidós, 1995, Traducción Barcelona. p. 11.

³⁹ KAMÍN, Bebe. Introducción a la producción cinematográfica.. Presupuesto – Plan financiero: Bs.As., Centro de Investigación Cinematográfica, [en línea] blankspot.1999 [consultado 15 de Octubre de 2016] Disponible en línea: http://www.blankspot.com.ar/prodav/KAMIN_Cap4.pdf

- **Etapas de Postproducción**

Comprende la edición de la película o montaje; la cantidad de personal contratada para esta etapa de la película merma considerablemente, es aquí donde se le da forma a las imágenes grabadas, se realizan las diferentes propuestas narrativas a partir de ellas, y una vez se haya establecido como se quiere dejar la película, y en imágenes está contada cómo se había pensado o incluso mejor, se procede a realizar el diseño sonoro, corrección de color, animación o efectos especiales; todo lo necesario para pulir los detalles de la película.

“Los resultados finales deben ser comparados con aquéllos que dieron origen al proyecto. Entre los costos se incluyen los valores que son los estipulados por el juego de la oferta y demanda o los precios fijados con claridad en el mercado y, además, otros que están ligados a la forma de producción y el destino de la película”⁴⁰. Una vez se obtienen los resultados esperados, se revisa exhaustivamente con las diferentes empresas y el personal indicado, la calidad del sonido y corrección de color, que esté calibrada y en óptimas condiciones para salir a salas de cine, festivales, o medios de distribución alternativos, una vez verificado esto se proceden a crear las copias de proyección e iniciar la distribución de la misma.

- **Etapas de Distribución y exhibición:**

“La producción cinematográfica parece ser la cuestión principal, pero la institución social del cine también depende de la distribución y la exhibición”⁴¹. Es en esta fase donde se generan las ganancias económicas y reconocimiento para la película. Existe generalmente una ruta que sigue una producción dependiendo de su naturaleza, y puede ser gestionada directamente por la casa productora, o por un agente de ventas, o distribuidor. El productor cede los derechos de explotación de la película al distribuidor cuya principal función radica en la intermediación comercial con una exhaustiva organización de distribución propia, entre el productor y el exhibidor.

Históricamente en 1902, un exhibidor de San Francisco, Harry J. Millers, compra películas a los productores y las alquila a los exhibidores por una semana, a mitad

⁴⁰ KAMÍN. Op. cit., Disponible en línea: http://www.blankspot.com.ar/prodav/KAMIN_Cap4.pdf

⁴¹ BORDWELL. Op. Cit., p. 24

de precio. Así aparece el primer distribuidor y con él la actividad distribuidora que ha evolucionado desde 1902 hasta nuestros días⁴².

El primer escenario dispone una película que suele ser presentada en los diferentes festivales de cine, dependiendo de su enfoque artístico o comercial. Ahí cada película puede ser galardonada en diferentes categorías como: Dirección, Fotografía, Arte, Música, actuación, etc. Entre los festivales más importantes a nivel mundial se encuentran Festival de Cannes, Festival Internacional de Cine de Berlin, Festival de Cine Sundance, Festival de Cine de Locarno, Festival internacional de Cine de Toronto, entre otros.

Posteriormente se procede a presentar la película en theatrical o salas de Cine, se realiza la exhibición en la zona originaria de la película, y se procede a estrenar en diferentes países en caso de contar con coproducciones y/o distribución en otros territorios.

El exhibidor, es quien tiene a su cargo la explotación de una sala de cine o sala de exhibición, como propietario, arrendatario, concesionario o bajo cualquier otra forma que le confiera tal derecho⁴³. Éste hace posible la proyección de las películas, es quién posibilita el consumo de las mismas por el espectador.

La cantidad de espectadores determina la cantidad de dinero que entra por taquilla o también llamado *box office* de la película, es en este momento donde la película toma un valor comercial, está conformado por el precio de la entrada (\$8.324⁴⁴ promedio Colombia a 2016) este se convierte en el valor neto, *box office net*, y esto es lo que se distribuye entre exhibidor, distribuidor, productor, y porcentaje impuesto parafiscal.

Por otro lado, la exhibición puede realizarse también en salas alternas de cine,

⁴² JACOSTE Quesada, José G. El productor cinematográfico. Madrid 2da edición 2004. p.33.

⁴³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 814. Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237 2003

⁴⁴ MINISTERIO DE CULTURA, Anuario estadístico Cine Colombiano [en línea] mincultura. [consultado 15 de julio de 2016] Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%20Estad%20adstico%20Cinematograf%20ada%202015.pdf>

como cinematecas, cineclubes, bibliotecas o centros culturales y algunas otras ventas como: canales de televisión abierta, VOD, Pay Per View y diferentes plataformas online, que con el auge del internet han venido tomando fuerza.

De este modo, la película recupera el dinero invertido y puede realizar el pago a los inversionistas, o devolución de ayudas o préstamos. Sin embargo, la recuperación económica total de una película puede tardar varios años, incluso se pueden recoger dineros que no se creyeron conseguir con la película, muchos años después.

Con lo anterior, quisimos entender las diferentes fases de la producción cinematográfica, y así es como podemos observar que es en la fase de desarrollo donde se da lugar a la financiación (preferiblemente total de la película), en cada una de sus etapas, para suplir salarios y demás gastos que la misma conlleva. Las fases gruesas en cuanto a la cantidad de dinero gastado, son preproducción, producción y postproducción, y es en la exhibición donde comienza a recuperarse el dinero invertido en la producción de las películas, y una vez pagado a los inversionistas, es donde se comienzan a reflejar las primeras ganancias.

2.3.2 Rentabilidad simbólica o cultural. Para abordar el concepto de rentabilidad simbólica, es necesario comprender su naturaleza. Desde la economía la rentabilidad de un producto cultural se mide de acuerdo a los ingresos y egresos de éstos, sin embargo, los análisis contemporáneos al sector cultural realizados, sobre todo por la UNESCO, incorporan tanto dimensiones económicas como socioculturales, centrando los análisis en el impacto que tiene el sector cultural en el desarrollo de los países, procurando entender a gran escala las distintas maneras de valorar la rentabilidad de los bienes y servicios culturales.

En ese sentido, hemos tomado como referencia el interés de los informes de la UNESCO para centrar la atención en un análisis que posibilite identificar el aporte de la industria cinematográfica en los ámbitos sociales y culturales de las regiones en las que tengan lugar prácticas culturales y creativas, en este caso en Santiago de Cali. Así pues, la rentabilidad simbólica o cultural no puede crear una dimensión que va más allá de lo netamente económico, pero sí desde una mirada de las ciencias sociales y las humanidades que ayuda a comprender el aporte del cine en la vida social. Así pues, el concepto fue introducido al ser necesario contemplar otro tipo de impactos o resultados que trae consigo el arte y la cultura y que da otra dimensión a un concepto que anteriormente solo hacía referencia a lo estrictamente económico.

La rentabilidad simbólica o cultural puede definirse como el valor y significado que se otorga a ciertas prácticas y se reconoce a prácticas socioculturales, en este caso en particular el cine. En esa medida, se estaría hablando del aporte de las distintas prácticas culturales y creativas a la consolidación del tejido social, al desarrollo de las comunidades, a la creación de saberes, a la creación de posibilidades en torno a lo artístico y cultural, etc.

Para dar forma al concepto de rentabilidad simbólica o cultural, tomamos como referentes tres nociones principales derivadas de los planteamientos sobre el capital cultural de Pierre Bourdieu, la economía de la cultura de Ramón Zallo, y la economía creativa de la UNESCO.

El capital cultural, puede entenderse como, aquel acumulado que le permite a los sujetos o clases sociales dar cuenta de ciertos saberes y conocimientos sobre determinadas prácticas culturales relativas, sobre todo al arte. Este capital se construye en los entornos de socialización (familia, escuela, etc.), y atribuye cierta posición social y distinción a los sujetos frente a los acumulados de otros. La noción de capital cultural es clave, en tanto posibilita comprender qué repercusión tiene que ciertas clases sociales cuenten o no con posibilidades de acceder a prácticas culturales. En vista de que nuestro interés principal se centrará en el cine, el capital cultural aplicado a él puede evidenciarse en las disposiciones de las personas para ver y comprender cine, en la concepción del cine materializado en las películas como bienes culturales, o en rol de las instituciones que trabajan en torno a él.

“El capital cultural puede existir en tres formas o estados: en estado interiorizado o incorporado, esto es, en forma de disposiciones duraderas del organismo; en estado objetivado, en forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos o máquinas, que son resultado y muestra de disputas intelectuales, de teorías y de sus críticas; y, finalmente, en estado *institucionalizado*, una forma de objetivación que debe considerarse aparte porque, como veremos en el caso de los títulos académicos, confiere propiedades enteramente originales al capital cultural que debe garantizar.”⁴⁵

En lo que respecta a la economía de la cultura, Ramón Zallo sugiere comprender cómo las estrategias para el estudio de los comportamientos económicos pueden aplicarse a las prácticas culturales y de comunicación. En ese sentido, comprende que hay tanto hechos económicos como valores inherentes derivados de la

⁴⁵ BOURDIEU, Pierre. Poder, derecho y clases sociales. Editorial Desclée De Brouwer, S.A., 2000. p. 136.

industria cultural, reconociendo rasgos como el valor simbólico, el trabajo creativo, la oferta múltiple, su carácter insustituible, la renovación, la oferta y la demanda, y su funcionalidad.

La cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados por tales, y tiene una eficacia social por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva.⁴⁶

Con relación a lo anterior, la UNESCO ha reconocido el papel determinante de las industrias culturales y creativas y ha realizado anualmente estudios sobre su impacto en la economía y el desarrollo. Para ello, la UNESCO define la economía creativa como:

Uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial. Es una fuerza transformadora en términos de generación de ingresos, creación de empleos y aumento de los ingresos en exportaciones. Pero eso no es todo. La economía creativa genera también un valor no monetario que contribuye notablemente a la consecución de un desarrollo sostenible inclusivo y centrado en las personas.⁴⁷

Esta definición, se articula a las nociones anteriores sobre capital cultural y economía de la cultura. Nos interesa porque, si bien se reconoce el impacto de las industrias culturales en la economía, hay un interés grande de analizar cómo éstas y los bienes culturales influyen en el ser y hacer de los sujetos, en su interacción diaria y en las relaciones que tejen diariamente en diferentes vías, procurándose mejores realidades. Para ello, pone especial énfasis en los distintos recursos culturales con los cuales puede y debe contar toda población, entre los cuales se encuentran las empresas creativas, las instituciones culturales y el patrimonio.

Teniendo en cuenta los aspectos descritos anteriormente, consideramos que el análisis se puede centrar sobre esos elementos comunes que reconocen las tres nociones, respecto a las cuales se debe presentar una interacción que posibilite

⁴⁶ ZALLO, Ramón. La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. 2007. p. 219.

⁴⁷ UNESCO, Informe sobre la economía creativa[en línea] unesco. [consultado 19 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://es.unesco.org/creativity/informe-sobre-economia-creativa-2013>

analizar cómo el cine se ve reflejado en ellas y cómo podrían reconocerse elementos relacionados con la rentabilidad cultural de las producciones cinematográficas caleñas.

2.4 MARCO CONTEXTUAL

Desde la llegada del cinematógrafo de los hermanos Lumière, el cine Colombiano ha tenido buenos y malos momentos. En sus inicios el recurso económico pertenecía principalmente a las familias y no contaba con el apoyo del Estado, fue sólo hasta 1938 que éste empezó a intervenir. A partir de ahí, se creó la ley 9 de 1989, que exigía la formalización y organización del sector. En 1972 se legisló la ley del sobreprecio, que favorecía a los cortometrajes. En 1978 se creó FOCINE, el Fondo de Crédito a Producciones Cinematográficas y este mismo se liquida en 1993. Hasta que en 1997 nació el Ministerio de Cultura y con él, el Fondo de la Cinematografía Colombiana, el CNACC y Pro -imágenes⁴⁸.

En relación con las dinámicas nacionales, el cine caleño se puso a la vanguardia, siendo el Valle la locación en donde se filmaría la primera película del país, “María” (1922) de Máximo Calvo, y siendo la cuna de “Garras de Oro” (1926) de P.P Jambrina, producida por la compañía vallecaucana Cali Films, y “Flores del Valle” (1941) como primera película sonora, también del director Máximo Calvo. Con el tiempo, surgirían figuras importantes para la industria, como Carlos Mayolo, Luis Ospina, este último, fundador de Ciudad Solar y el Cine Club de Cali a principio de los años 70, quien le dio forma a lo que hoy conocemos como la “mítica” producción de cine y televisión del Valle del Cauca durante los años 70 y 80. Estos dos personajes eran conocidos como “Grupo de Cali o “Caliwood” (del cual también hacía parte Andrés Caicedo), quienes se encargaron de sacar al cine colombiano de su “marginalidad” con películas como “Oiga, Mire, Vea” (1971) y “Agarrando Pueblo” (1978).

En los años siguientes surgió una nueva corriente llamada “Gótico Tropical” que reconoció la literatura de terror y al cine de terror como influencias, y que en palabras de Carlos Mayolo es “una versión de esas historias donde hay casas en que se siente el miedo, casas vacías que amenazan (... del gótico inglés o del sur

⁴⁸ FUNDACIÓN PATRIMONIO FÍLMICO COLOMBIANO. Largometrajes colombianos, en cine y video[en línea] .patrimoniofilmico . [consultado 15 de noviembre de 2016] Disponible en línea: <http://www.patrimoniofilmico.org.co/anterior/noticias/libro01.htm>

de Estados Unidos) que existen en todo el mundo y que, al ser trasladadas a América Latina, se convierten en una especie de parodia”⁴⁹.

Entre 1978 y 1993, la realización cinematográfica en Colombia contó con el apoyo de FOCINE para el financiamiento de sus películas, pero debido a problemas administrativos éste fue liquidado en 1993, después de ayudar a financiar 29 largometrajes durante su tiempo vigente. La pérdida de esta entidad dio paso a una época oscura en el cine, en la que pocas películas pudieron ser realizadas, entre ellas “Soplo de Vida” (1999) de Luis Ospina.

2.4.1 Ley de cine 814 de 2003. Para el 2003, el gobierno colombiano aprobaría la ley 814, o también llamada Ley de Cine, que tiene como objetivo principal el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia, siendo pieza clave para la evolución y realización continua de cine en el País.

“Para la concreción de esta finalidad se adoptan medidas de fomento tendientes a posibilitar escenarios de retorno productivo entre los sectores integrantes de la industria de las imágenes en movimiento hacia su común actividad, a estimular la inversión en el ámbito productivo de los bienes y servicios comprendidos en esta industria cultural, a facilitar la gestión cinematográfica en su conjunto y a convocar condiciones de participación, competitividad y protección para la cinematografía nacional. Por su carácter asociado directo al patrimonio cultural de la Nación y a la formación de identidad colectiva, la actividad cinematográfica es de interés social. Como tal es objeto de especial protección y contribuirá a su propio desarrollo industrial y artístico y a la protección cultural de la Nación”⁵⁰.

La Ley prevé tres mecanismos principales de fomento del cine colombiano, el primero de ellos es la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, el otorgamiento de estímulos tributarios para inversiones y donaciones a proyectos cinematográficos, y por último, la titularización de proyectos cinematográficos.

Fondo de Desarrollo Cinematográfico: Es un fondo que recibe el dinero recaudado a través de una cuota parafiscal* por parte de los exhibidores, por

⁴⁹ Entrevista Carlos Mayolo. [en línea] proimagenescolombia [consultado 3 de enero de 2017] Disponible en línea: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7007

⁵⁰ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 814 (2003) Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237

parte de los exhibidores, distribuidores y productores como resultado de la exhibición de obras cinematográficas en el territorio colombiano. El monto que se genera en el sector cinematográfico volverá a este mismo, estos fondos son de carácter público, por tanto, se encuentran bajo vigilancia por los organismos de control del Estado.

* “En nuestro ordenamiento jurídico la figura de la parafiscalidad constituye un instrumento para la generación de ingresos públicos, caracterizado como una forma de gravamen que se maneja por fuera del presupuesto -aunque en ocasiones se registre en él- afecto a una destinación especial de carácter económico, gremial o de previsión social, en beneficio del propio grupo gravado, bajo la administración, según razones de conveniencia legal, de un organismo autónomo, oficial o privado. No es con todo, un ingreso de la Nación y ello explica porque no se incorpora al presupuesto.”

Se imponen a los exhibidores una contribución parafiscal del 8.5% de los ingresos y exclusivamente por películas extranjeras. Las salas que cobren en ingreso deberán pagar la cuota. Los distribuidores también deben pagar una contribución parafiscal del 8.5%; de la misma manera, sólo por películas extranjeras. Igualmente, los productores de películas colombianas deberán descontar un 5% de sus ingresos por taquilla. En los tres casos esta contribución será para ellos mismos, ya que se reinvertirá en el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Hay que resaltar que no se causará la cuota sobre los ingresos que correspondan al productor por la venta o negociación de derechos de exhibición que se realice con exclusividad para medios de proyección fuera del territorio nacional o, también con exclusividad, para medios de proyección en el territorio nacional diferentes a las salas de exhibición⁵¹.

La recaudación del dinero se resume de la siguiente manera:

- **Exhibidor:**
- Paga la cuota por proyectar películas extranjeras.
- Le retiene al distribuidor por películas extranjeras.

⁵¹ KRIEGER, Sebastián. Ley de cine para todos. Bogotá, 2004. Ministerio de Cultura. p. 7

- Le retiene al productor colombiano de películas cuando ha negociado directamente con el exhibidor (si no hay un distribuidor como intermediario).

- **Distribuidor:**

- Le retiene al productor.

Para los exhibidores, hay una reducción en la cuota si presentan cortometrajes colombianos certificados por el Ministerio de Cultura, con esta estrategia se descuentan 6.25 puntos porcentuales en la contribución de su cargo. En un periodo no mayor a dos meses continuos deben ser exhibidos en la misma sala y el exhibidor debe remitir al Ministerio de Cultura su programación en los últimos cinco días del mes anterior.

El dinero proveniente del fondo parafiscal se invierte, un 70% a la producción cinematográfica, un 20% a las diferentes líneas que promueven el cine como industria, como lo son el SIREC*, encargado de la creación de bases de datos y actualización de información del cine en Colombia. Diferentes proyectos de formación de público general y actores de la industria, apoyo tecnológico a industrias relacionadas con el cine, preservación del patrimonio fílmico colombiano, apoyo en distribución, y acceso a mercados internacionales. Y el 10% restante para la administración del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.

- **Estímulos que otorga el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico en Colombia:**

- Premio integral a la producción y promoción
- Desarrollo de guion
- Desarrollo de largometraje ficción
- Producción de largometrajes ficción

* Sistema de información y registro cinematográfico.

- Postproducción de largometrajes ficción
- Escritura proyecto documental
- Realización cortometraje documental
- Realización largometraje documental
- Circulación de documentales
- Desarrollo de largometrajes de animación
- Producción de largometrajes de animación
- Realización de cortometraje de animación
- Realización cortometraje ficción

- **Otros estímulos**
- Formación de públicos a través de festivales.
- Formación especializada para el sector cinematográfico.
- Participación en talleres internacionales de formación.
- Distribución.
- Programa de fortalecimiento del patrimonio fílmico.

➤ **Otorgamiento de beneficios tributarios e inversionistas y donantes:**

El reconocimiento de beneficios tributarios a la donación e inversión en proyectos cinematográficos a los contribuyentes del impuesto a la renta, quienes podrán deducir de su declaración el 125% del valor real invertido o donado (en caso de donación hay un límite del 30% de la renta líquida). Las empresas que le den dinero a proyectos cinematográficos saldrán ganando, ya que por cada 100 pesos invertidos en cultura podrán declarar 125 en su próxima declaración de renta y reducir su carga tributaria⁵².

Las empresas que donen o inviertan el dinero, deberán hacerlo por medio de una fiducia, la cual deberá estar abalada por una resolución de reconocimiento como proyecto nacional*, que es expedida por la dirección de cinematografía. “Posteriormente, a través del Certificado de Inversión o Donación expedido por la Dirección de Cinematografía, los inversionistas y donantes podrán deducir de su renta por el período gravable en que se realice la inversión o donación e independientemente de su actividad, el ciento veinticinco por ciento (125%) del valor real invertido o donado”⁵³.

Adicional a ello, cuentan con el beneficio de imagen corporativa, ya sea por product placement*, ingreso por explotación en salas de cine, o ingreso por explotación en otras ventanas (VOD, DVD, televisión).

Titularización de proyectos: “Cada director podrá llevar su proyecto al mercado de valores para que pueda ser adquirido a manera de acciones por compradores privados. La ventaja es que -al igual que se venden apartamentos por planos- las películas puedan generar dinero mucho antes de estar en teatros y así contribuir a “autofinanciar” su producción. Una vez producidas, las ganancias que se obtengan en taquilla serán distribuidas proporcionalmente entre los accionistas”⁵⁴.

⁵² KRIEGER, Op. cit. p. 7

* Certificado expedido por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, para acceder a los beneficios de inversión o donación Ley de Cine 814 de 2003

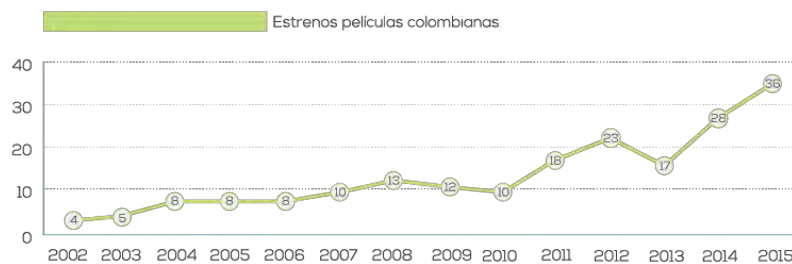
⁵³ Ibid., p. 7

* Aparición de nombre, productos o servicios de la empresa dentro de la película.

⁵⁴ Ibid., p. 7

Ley de Cine: contexto y repercusión. La ley de cine marcó positivamente la cinematografía colombiana, pasando de 4 estrenos nacionales en taquilla de cine colombiano en 2002 a 36 estrenos en 2015 (ver *Ilustración 1*), teniendo un incremento importante a partir del año 2011, siendo este, el noveno año desde su aprobación, con 18 películas, y el año con mayor cantidad de películas colombianas estrenadas fue el 2015, con 36 estrenos nacionales.

Tabla 1. Estrenos películas colombianas



Para el año 2015, se han reconocido 300 largometrajes como “proyecto nacional”, entre los cuales, el 87% han sido proyectos de ficción, 10% documental y el 3% de animación, para un total de 196 proyectos finalizados y estrenados a nivel nacional.

De las 196 películas estrenadas a nivel nacional, 17 fueron realizadas por productoras caleñas. Respecto a este panorama, se observa un incremento favorable en la realización de cine nacional, gracias al aumento de dinero recaudado por las cuotas parafiscales que han favorecido positivamente los estímulos por concurso y estímulos automáticos, discriminados en la Tabla 1, que en el periodo entre 2004 a 2015 equivalieron a un total de \$105.410.000. Al caso de las producciones caleñas nos referiremos más adelante.

A continuación, se relacionan las películas colombianas estrenadas en el periodo de 2003 a 2015, se encuentran subrayadas en amarillo las películas realizadas por productoras cinematográficas radicadas en Santiago de Cali (Ver Tabla 2)

Tabla 2. Películas colombianas estrenadas en el periodo de 2003 a 2015

	Título	Director
2003		
1	Bolívar el héroe	Guillermo Rincón
2	El carro	Luis Orjuela
3	Hábitos sucios	Carlos Palau
4	La desazón suprema	Luis Ospina
5	La primera noche	Luis Alberto Restrepo
2004		
1	Los archivos privados de Pablo Escobar	Marc de Beaufort
2	Del palenque de San Basilio	Erwin Goggel
3	María llena eres de gracia	Joshua Marston
4	Malamor	Jorge Echeverri
5	El rey	Antonio Dorado
6	Colombianos un acto de fe	Carlos Fernández de Soto

Tabla 2.(continuación)

3	Karmma	Orlando Pardo
4	El colombiano dream	Felipe Aljure
5	Cuando rompen las olas	Riccardo Gabrielli
6	Al final del espectro	Juan Felipe Orozco
7	Dios los junta y ellos se separan	Harold Trompetero
8	Cartas del gordo	Darío Armando García / Juan Carlos Vásquez
2007		
1	La boda del gringo	Tas Salini
2	Bluff	Felipe Martínez
3	Satanás	Andi Baiz
4	Esto huele mal	Jorge Alí Triana
5	Buscando a Miguel	Juan Fischer
6	Apocalipsur	Javier Mejía

Tabla 2.(continuación)

7	El sueño del paraíso	Carlos Palau
8	La ministra inmoral	Celmira Zuluaga
9	Juana tenía el pelo de oro	Pacho Bottía
10	Muertos de susto	Harold Trompetero
2008		
1	Paraíso Travel	Simón Brand
2	Entre sábanas	Gustavo Nieto Roa
3	Perro come perro	Carlos Moreno
4	Polvo de ángel	Oscar A. Blancarte
5	El ángel del acordeón	María Camila Lizarazo
6	Yo soy otro	Oscar Campo
7	La milagrosa	Rafa Lara
8	Te amo, Ana Elisa	Antonio Dorado y Róbinson Díaz
9	Los actores del conflicto	Lisandro Duque

Tabla 2.(continuación)

11	Nochebuena	Camila Loboguerrero
12	Helena	Jaime César Espinoza
13	Ni te cases ni te embarques	Ricardo Coral
	2009	
1	El Man, el súper héroe nacional	Harold Trompetero
2	Riverside	Harold Trompetero
3	El arriero	Guillermo Calle
4	Los viajes del viento	Ciro Guerra
5	La pasión de Gabriel	Luis Alberto Restrepo
6	Humo en tus ojos	Mauricio Cataño
7	El cielo	Alessandro Basile
8	Amar a morir	Fernando Lebrija
9	La sangre y la lluvia	Jorge Navas
10	Pecados de mi padre	Nicolás Entel
11	In Fraganti	Juan Camilo Pinzón

Tabla 2.(continuación)

12	Alborada Carmesí	Luis Hernán Reina
	2010	
1	El Vuelco del Cangrejo	Oscar Ruíz Navia
2	Chance	Abner Benaim
3	Del Amor y Otros Demonios	Hilda Hidalgo
4	Contracorriente	Javier Fuentes León
5	Retratos en un Mar de Mentiras	Carlos Gaviria
6	García	José Luís Rugeles
7	Sin Tetas no hay Paraíso	Gustavo Bolívar
8	La Sociedad del Semáforo	Rubén Mendoza
9	Rabia	Sebastián Cordero
10	El Paseo	Harold Trompetero
	2011	
1	El Jefe	Jaime Escallón Buraglia
2	Los colores de la montaña	Carlos César Arbeláez

Tabla 2.(continuación)

3	Lecciones para un beso	Juan Pablo Bustamante
4	En coma	Juan David Restrepo
5	Karen Lloro en un bus	Gabriel Rojas Vera
6	Locos	Harold Trompetero
7	Cuarenta	Carlos Fernández de Soto
8	Todos tus muertos	Carlos Moreno
9	Con amor y sin amor	David Serrano
10	Saluda al diablo de mi parte	Juan Felipe Orozco
11	La vida era en serio	Mónica Borda
12	Pequeñas voces	Jairo Carrillo y Oscar Andrade
13	Poker	Juan Sebastián Valencia
14	El Páramo	Jaime Osorio Márquez
15	Postales colombianas	Ricardo Coral-Dorado
16	Silencio en el paraíso	Colbert García
17	Mamá tómate la sopa	Mario Ribero Ferreira

Tabla 2.(continuación)

18	El escritor de telenovelas	Felipe Dothée
	2012	
1	La cara oculta	Andi Baiz
2	Apaporis, secretos de la selva	Antonio Dorado
3	Pequeños vagos	Carlos Zapata
4	Porfirio	Alejandro Landes
5	180 segundos	Alexander Giraldo
6	llegal.co	Alessandro Angulo
7	La captura	Darío Armando García y Juan Carlos Vásquez
8	Gordo, calvo y bajito	Carlos Osuna
9	El sueño de Iván	Roberto Santiago
10	Mi gente linda, mi gente bella	Harold Trompetero
11	Sanandresito	Alessandro Angulo
12	Sofía y el terco	Andrés Burgos

Tabla 2.(continuación)

13	Chocó	Jhonny Hendrix Hinestroza
14	La lectora	Riccardo Gabrielli
15	Carrusel	Guillermo Iván
16	La sirga	William Vega
17	¿Por qué dejaron a Nacho? Si era tan bueno el muchacho	Fernando Ayllón
18	El cartel de los sapos	Carlos Moreno
19	El resquicio	Alfonso Acosta
20	La Playa D.C.	Juan Andrés Arango
21	Sin Palabras	Ana Sofía Osorio y Diego Fernando Bustamante
22	Apatía, una película de carretera	Arturo Ortegón
23	El paseo 2	Harold Trompetero
2013		
1	Lo azul del cielo	Juan Alfredo Uribe
2	Pescador	Sebastián Cordero

Tabla 2.(continuación)

3	Edificio Royal	Iván Wild
4	Roa	Andi Baiz
5	Estrella del sur	Gabriel Gonzalez
6	El Control	Felipe Dorothée
7	De Rolling por Colombia	Harold Trompetero
8	La eterna noche de las doce lunas	Priscila Padilla
9	Crimen con vista al mar	Gerardo Herrero
10	Don Ca	Patricia Ayala Ruiz
11	Amores Peligrosos	Antonio Dorado Zúñiga
12	Secretos	Fernando Ayllón
13	Cazando Luciérnagas	Roberto Flores Prieto
14	La justa medida	Colbert García
15	Crónica del fin del mundo	Mauricio Cuervo
16	Pablo's Hippos	Antonio Von Hilderbrand
17	El paseo 3	Juan Camilo Pinzón

Tabla 2.(continuación)

	2014	
1	Uno Al Año No Hace Daño	Juan Camilo Pinzón
2	Encerrada	Victor García
3	Ciudad Delirio	Chus Gutiérrez
4	Nos Vamos Pal Mundial	Andrés Orjuela/Fernando Ayllón
5	Carta Al Niño Dios	Juan Camilo Pinzón
6	Todas Para Uno	Harold Trompetero
7	Dementa	David Arturo Bohórquez Castro
8	De Rolling2: Por El Sueño Mundialista	Harold Trompetero
9	Secretos De Confesión	Henry Rivero
10	Anina	Alfredo Soderguit
11	Bolaetrapo	Guillermo Iván
12	Los Hongos	Oscar Ruíz Navia
13	Infierno O Paraíso	German Piffano

Tabla 2.(continuación)

14	Mateo	María Gambia Jaramillo
15	Manos Sucias	Josef Kubota Wladyka
16	Tierra En La Lengua	Rubén Mendoza
17	Jardín De Amapolas	Juan Carlos Melo
18	Petecuy	Oscar Hincapié Mahecha
19	Estrella Quiero Ser	Gustavo Nieto Roa
20	El Faro	Luís Fernando Bottía
21	Por Un Puñado De Pelos	Nestor Montalbano
22	Callejón	Antonio Trashorras
23	Souvenir	Andrés Cuevas
24	Días De Vinilo	Gabriel Nesci
25	Memorias Del Calavera	Rubén Mendoza
26	Climas	Enrica Pérez
27	Deshora	Bárbara Sarasola Day

Tabla 2.(continuación)

	2015	
1	Se Nos Armo La Gorda	Fernando Ayllón
2	Guelcom Tu Colombia	Ricardo Coral
3	Se Nos Armo La Gorda 2	Fernando Ayllón
4	El Cartel De La Papa	Jaime Escallón
5	El Abrazo De La Serpiente	Ciro Guerra
6	Out Of The Dark (Dynamo)	Luis Quilez
7	Regue Chiken	Dago García
8	Que Viva La Musica	Carlos Moreno
9	Pa..Por Mis Hijos Lo Que Sea	Harold Trompetero
10	Vivo En El Limbo	Roberto Flores Y Dago García
11	La Tierra Y La Sombra	Cesar Acevedo
12	La Rectora	Mateo Stivelberg
13	Todos Se Van	Sergio Cabrera
14	Carta A Una Sombra	Daniela Abad Y Miguel Salazar

Tabla 2.(continuación)

15	Gente De Bien	Franco Lolli
16	Siempre viva	Klych López
17	El Palacio: Antes Del Fuego	Laura Mora
18	Alias María	José Luis Rugeles
19	Ultimo Aliento	Rene Castellanos
20	Porro Hecho En Colombia	Adriana Lucía López
21	El Elefante Desaparecido	Javier Fuentes León
22	Ella	Libia Stella Gómez
23	Ruido Rosa	Roberto Flores
24	Marañón	Salomón Simhon
25	El Viaje Del Acordeón	Rey Sagbini & Andrew Tucker
26	Las Tetas De Mi Madre	Carlos Zapata
27	Violencia	Jorge Forero
28	Suave El Aliento	Augusto Sandino
29	Shakespeare	Dago García

Tabla 2.(continuación)

30	Un Asunto De Tierras	Patricia Ayala Ruíz
31	Refugiado	Diego Lerman
32	Paisaje Indeleble	Jaime Enrique Barrios
33	Monte Adentro	Nicolás Macario Alonso
34	El Valle Sin Sombras	Rubén Mendoza
35	Parador Húngaro	Aseneth Suárez
36	Uno Al Año No Hace Daño 2	Juan Camilo Pinzón

Fuente: Tabla elaborada a partir de . COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

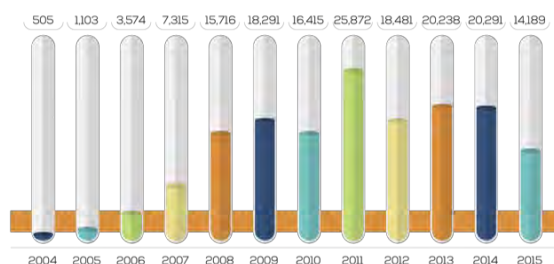
Tabla 3. Dinero entregado a través de estímulos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico 2004-2015

CONVOCATORIA	ESTÍMULOS POR CONCURSO		ESTÍMULOS AUTOMÁTICOS		ESTÍMULOS TOTALES		
	\$	USD	\$	USD	\$	USD	VAR
2004	2.137.500.000	779.145,5	450.901.104	164.359,1	2.588.401.104	943.504,6	
2005	4.281.035.141	1.560.490,9	647.547.150	236.039,0	4.928.582.291	1.796.529,9	90,4%
2006	4.194.692.789	1.529.018,0	947.615.260	345.417,6	5.142.308.049	1.874.435,7	4,3%
2007	3.803.509.116	1.386.426,7	891.563.959	324.986,2	4.695.073.075	1.711.412,9	-8,7%
2008	3.922.064.257	1.429.641,5	913.164.385	332.859,9	4.835.228.642	1.762.501,4	3,0%
2009	4.533.454.407	1.652.500,9	1.066.066.248	388.594,5	5.599.520.655	2.041.095,4	15,8%
2010	6.682.069.750	2.435.698,1	1.099.177.656	400.664,0	7.781.247.406	2.836.362,1	39,0%
2011	9.546.455.483	3.479.802,5	2.456.087.342	895.274,6	12.002.542.825	4.375.077,1	54,2%
2012	10.282.423.354	3.748.072,0	3.188.411.962	1.162.216,1	13.470.835.316	4.910.288,1	12,2%
2013	10.616.367.675	3.869.798,9	2.637.981.699	961.577,4	13.254.349.374	4.831.376,3	-1,6%
2014	10.313.424.200	3.759.372,2	3.061.254.715	1.115.865,7	13.374.678.915	4.875.237,9	0,9%
2015	12.752.582.268	4.648.475,9	4.985.138.908	1.817.145,5	17.737.721.176	6.465.621,4	32,6%
TOTAL	83.065.578.440	30.278.443,3	22.344.910.388	8.144.999,6	105.410.488.828	38.423.442,8	

Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

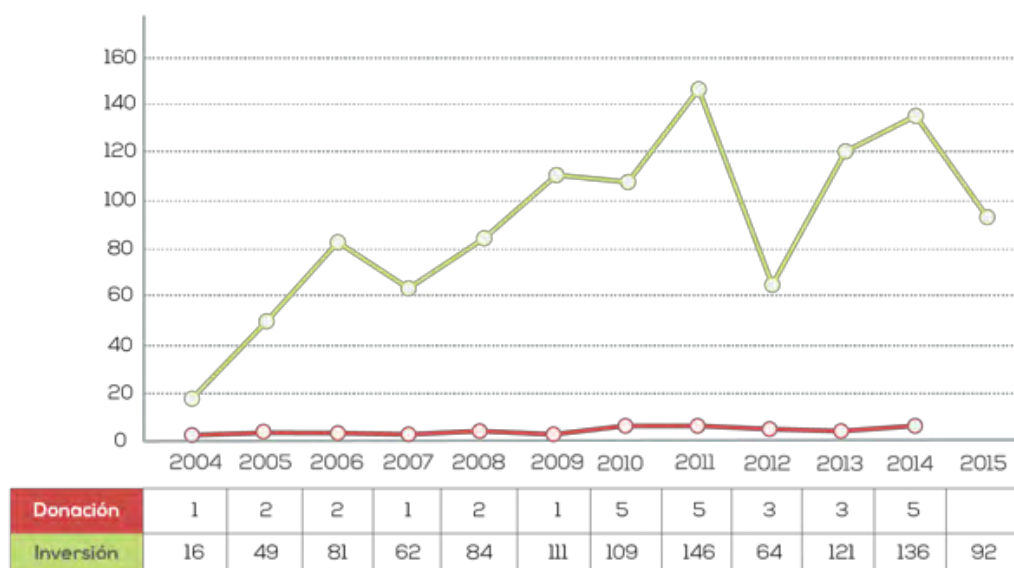
De igual manera, con un panorama alentador se puede observar, cómo el sector privado ha accedido a la reducción de los impuestos hasta un 41%, otorgando beneficios directos a las producciones cinematográficas en el país, dejando como resultado, desde su consolidación hasta el 2015, \$161.989.000 de pesos colombianos en certificados de donación e inversión (véase gráfico 1).

Gráfico 1. Donación e inversión en películas colombianas 2004 – 2015



Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

Gráfico 2. Certificados de inversión y donación entregados



Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

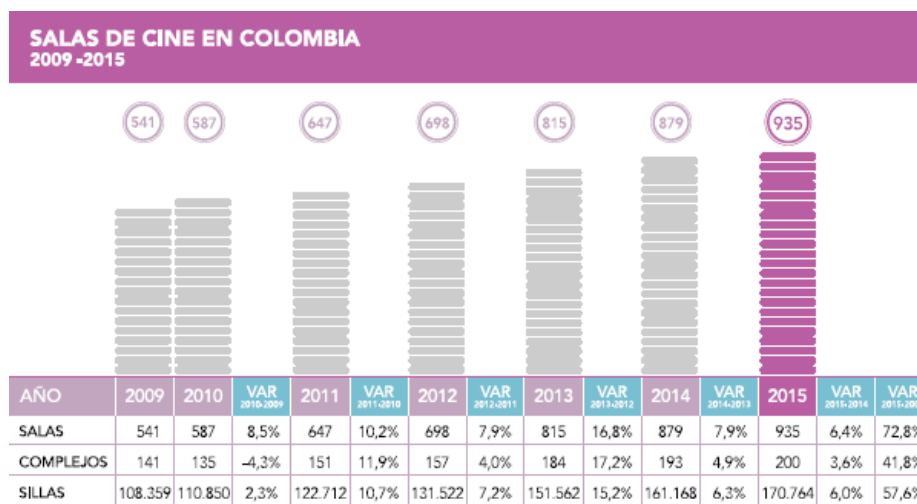
Se puede identificar que:

- En su mayoría, se han entregado certificados clasificados en 1.071 certificados de inversión y 30 certificados de donación (véase *gráfico 2*).
- Los 15 millones de promedio anual entre 2008 y 2015, evidencian una apuesta interesante por la inversión, más que por la donación, aunque no se observa una constante de incremento en la inversión realizada.
- Para el 2012, hay una caída en los certificados de inversión entregados, pasando de 146 en el 2011, a 64 en el 2012, y para el año 2013 vuelven a puntuar con 136 certificados de inversión emitidos (Véase *gráfico 2*).

Crecimiento de la Infraestructura. El rápido aumento de la infraestructura de las salas de cine del país, ha favorecido positivamente la industria. En 2009, Colombia contaba con 541 salas de cine, 2015 cerró con 935 salas, con 200 complejos y 170.764 sillas⁵⁵ (véase incremento en *Ilustración 4*) concentradas en las principales ciudades como Bogotá (265 salas) representa el 31%, Cali (87 salas) representan el 10% y Medellín (81 salas) que representan el 9%. El principal exhibidor en el país es Cine Colombia con 280 salas, seguido por Royal Films con 195 salas, Cinemark con 151 y Procinal con 133.

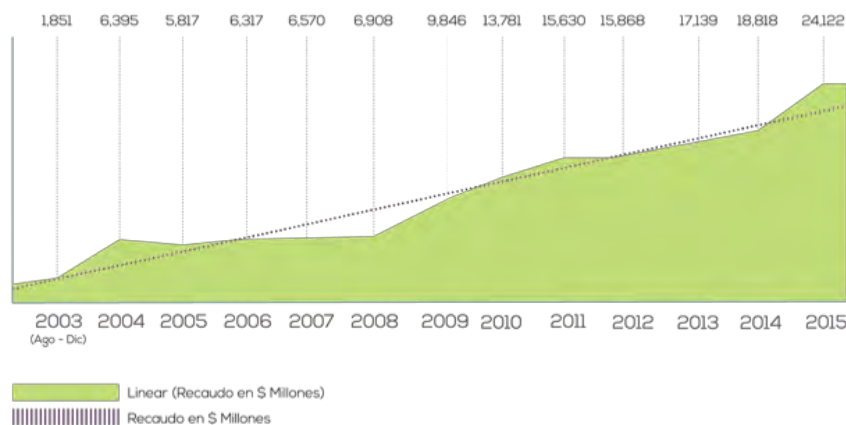
⁵⁵ MINISTERIO DE CULTURA. Op., cit. P. 32. Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%20Estad%c3%adstico%20Cinematograf%c3%ada%202015.pdf>

Gráfico 3. Incremento salas de cine en Colombia 2009- 2015



Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

Gráfico 4. Contribución exhibidores a cuenta FDC



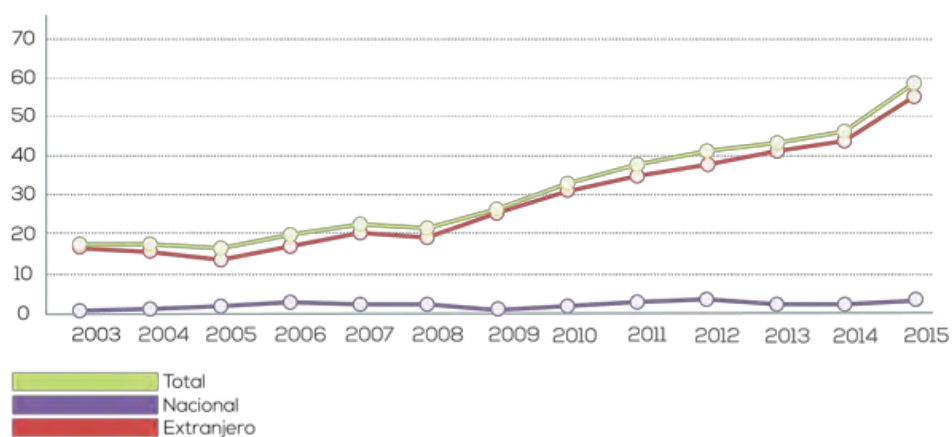
Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

Por otro lado, la asistencia a salas de cine en el año 2015, estuvo concentrada principalmente en la ciudad de Bogotá con 21.033.938 espectadores. Santiago de

Cali representó la segunda ciudad con mayor número de espectadores, correspondiente a un 9,4% de la taquilla nacional con 5.495.240 espectadores, que equivalen a \$46.035.903.500, de los cuales, en el año 2015, la asistencia a cine nacional representó 319.070 espectadores, para \$2.286.110.000 dinero recaudado en taquilla. Estas cifras son relevantes para las productoras, en tanto proporcionan un balance sobre el consumo cultural de la ciudad, específicamente en lo que respecta al sector cinematográfico. Se evidencia además, la presencia de plazas dispuestas para la exhibición y espectadores dispuestos a consumir.

Cine nacional, frente a cine extranjero. Las películas nacionales representan únicamente el 5,84% frente al total de las películas estrenadas (*Véase gráfico 5 y tabla 4*).

Gráfico 5. Espectadores cine nacional frente a cine extranjero (En millones)



Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

Tabla 4. Comparación espectadores cine nacional frente a extranjero (millones)

Año	Total	Nacional	Porcentaje Nacional	Extranjero	Porcentaje Extranjero
2003	17,1	0,58	3,39%	16,52	96,61%
2004	17,1	1,01	5,91%	16,09	94,09%
2005	15,9	1,98	12,45%	13,92	87,55%
2006	20,2	2,81	13,91%	17,39	86,09%
2007	22,8	2,37	10,39%	20,43	89,61%
2008	21,6	2,27	10,51%	19,33	89,49%
2009	27,1	1,23	4,54%	25,87	95,46%
2010	33,8	1,53	4,53%	32,27	95,47%
2011	38,5	3,01	7,82%	35,49	92,18%
2012	41,4	3,4	8,21%	38	91,79%
2013	43,7	2,14	4,90%	41,56	95,10%
2014	46,9	2,21	4,71%	44,69	95,29%
2015	59,1	3,45	5,84%	55,65	94,16%
Total	405,2	27,99		377,21	

Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

El porcentaje de espectadores de cine nacional con respecto al cine extranjero ha representado entre el 2003 y el 2015, únicamente el 7% de los estrenos nacionales. Uno de los aspectos que consideramos que puede influir en la elección de los espectadores, es la cantidad y diversidad de géneros que oferta el cine extranjero en comparación con el cine nacional, siendo éste un panorama altamente competitivo para la generación de rentabilidad de las producciones nacionales.

A continuación, presentamos el top 3 de películas extranjeras exhibidas en Colombia, y el listado de las 3 películas nacionales que más recaudaron dinero en taquilla. Estos datos corresponden al año 2015.

Tabla 5. Box Office 3 películas más taquilleras en 2015

#	Película	Box Office
1	Furious 7	\$16,255,313
2	Avengers: Age of Ultron	\$9,955,023
3	Minions	\$9,044,785

Fuente: BOX OFFICE. Colombia Yearly

Tabla 6. Top 3 películas colombianas más taquilleras en 2015

#	Título	Director	Box Office
1	Colombia magia salvaje	Mike Slee	\$4,471,217
2	Una al año no hace daño	Juan Camilo Pinzón	\$2,855,842
3	El abrazo de la serpiente	Ciro Guerra	\$1,318,920

Fuente: BOX OFFICE. Colombia Yearly

En cuanto a películas extranjeras, la película más taquillera en el 2015 fue “Rápido y furioso”, recaudando en taquilla nacional USD\$16, 255,313. Sorprendentemente, el documental Colombia Magia Salvaje puntuó como la película colombiana más taquillera vista en el 2015, recaudando \$4,471,217 USD, estrategia que estaría ligada a una campaña de mercadeo y publicidad construida por uno de los grupos empresariales más grandes del país, que es el Grupo Éxito.

Esta comparación de las cifras arroja que el *box office* a nivel nacional de las películas más taquilleras alcanza apenas el 27,5% a comparación de la taquilla internacional.

Aunque no se tiene total certeza de lo que el espectador colombiano quiere ver, existen ciertos patrones como la comedia, con películas colombianas como el *Paseo 3* con 825.353 espectadores en 2015, o el *Paseo 4* con 1'693.484 en 2016, que recaudó \$4,302,303 USD. Entre las preferencias, también se encuentran películas con gran cantidad de efectos especiales, como es el caso de *Rápidos y Furiosos* o *la Era del Hielo* que es completamente animada. También cabe mencionar que, las películas que hacen parte de sagas han generado un enganche con el espectador, y a su vez, permitido una continuidad e incremento considerable de sus espectadores.

2.4.2. Promoviendo a Colombia como locación cinematográfica. En 2012 se aprobó la ley 1556, que se gestó desde el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Prolmágenes Colombia; “esta ley tiene por objeto el fomento de la actividad cinematográfica de Colombia, promoviendo el territorio nacional como elemento del patrimonio cultural para la filmación de audiovisuales y a través de estos, la actividad turística y la promoción de la imagen del país, así como el desarrollo de nuestra industria cinematográfica.”⁵⁶

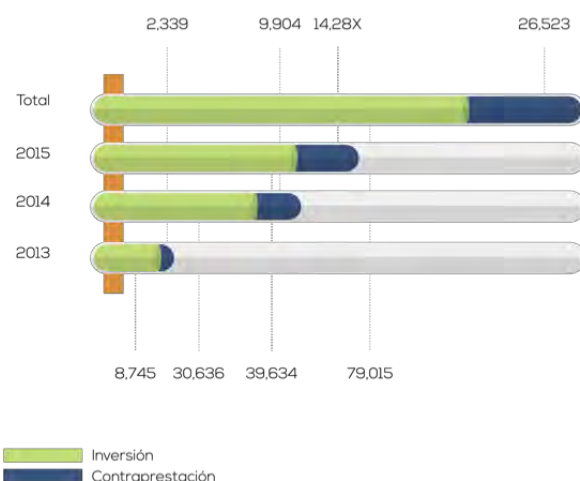
Por escoger como destino de filmación un país como Colombia, se recibirá un reembolso del 40% en servicios cinematográficos, en alguna de sus fases de preproducción, producción o postproducción, y 20% en gastos de servicios logísticos, como lo son alimentación, hotelería, transporte, y flota internacional, siempre y cuando sean registradas como empresas colombianas. Los audiovisuales que pueden postularse con esta ley son cortometrajes, largometrajes y series televisivas, de ficción, documental o animación. La cantidad de dinero a invertir deberá ser de mínimo 600.000 USD, en servicios anteriormente mencionados, con un plazo de 6 meses para producción, y 12 meses si se realiza la posproducción dentro del país.

Desde su aprobación en 2012, esta ley ha generado \$79.015 millones de pesos, a 2015, con una contraprestación de 26,523 millones de pesos (*véase figura 7*). Se generaron 10.394 empleos, a través de las empresas Dynamo, Caracol Televisión, Patagonia Films, Itaca, 64A films, Fox Telecomunicaciones, La ventana films, Dia fragma, Cinempresa, Contenido Films, y dentro de estrenadas están “Los 33

⁵⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1556 de 2012. (Julio 9). Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas.

(Colombia, Estados Unidos y varios países de Latinoamérica), Corazón de león (Colombia), Narcos (mundial en Netflix), The Boy (festival de cine South by South West), Blunt Force Trauma (Festival de cine de Montreal y está disponible en Netflix), Au Nom du Fils (Arté Francia), Palmeras en la Nieve (éxito en taquilla en España), Retenida (Estados Unidos), El Papa Rebelde (Natgeo Latinoamérica), y Tiempo Muerto (Argentina)⁵⁷.

Gráfico 6. Cifras inversión y contraprestación Ley 1556 de 2015



Fuente: COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURAL. Artículo: Ley Filmación Colombia ha generado ingresos al país por más de \$86 mil millones, 2016.

⁵⁷ MINISTERIO DE CULTURA, Artículo ley filmación Colombia [en línea] mincultura [consultado 3 de enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Ley-Filmaci%C3%B3n-Colombia--ha-generado-ingresos-al-pa%C3%ADs-por-m%C3%A1s-de-86-mil-millones.aspx>

2.4.3 Sector cinematográfico local. Gracias a las leyes a favor del fomento de la cinematografía, se ha conseguido cierto crecimiento en la elaboración de películas colombianas, y la participación de audiencias en películas colombianas ha incrementado. Santiago de Cali ha hecho un aporte significativo a la cinematografía nacional, donde han surgido directores como Antonio Dorado “El Rey” (2004), “Amores Peligrosos” (2013), Óscar Campo “Yo soy otro” (2008), “Garras de Oro: Herida abierta de un continente” (2009), Jorge Navas “La Sangre y la lluvia” (2009) Carlos Moreno “Perro come perro” (2008), “Todos tus muertos” (2011), Óscar Ruiz Navia “El vuelco del cangrejo” (2009), “Los Hongos” (2014), Andrés Baiz, “Satanás” (2007), “Roa” (2013), William Vega “La Sirga” (2012), Álex Giraldo “180 segundos” (2012), “Destinos” (2015), “Tierra en la lengua” (2014), Jhonny Hendrix “Chocó” (2012), “Saudó” (2016), César Acevedo “La Tierra y la Sombra” (2015), y Santiago Lozano y Ángela Osorio “Siembra” (2016), entre otros directores del nuevo cine caleño, quienes apuestan por la industria en la ciudad, y han dado un voto de confianza a la constante realización de películas, consolidando productoras cinematográficas reconocidas en la región.

En lo que respecta a productoras en Santiago de Cali, se tomaron como base para el análisis, aquellas que estuvieran establecidas legalmente en la ciudad y que contaran por lo menos con un largometraje finalizado. Con base a estas características, se seleccionaron las siguientes productoras:

- Fundación Imagen Latina
- Fundación Enic
- Antorcha Films
- 64A Films
- Contravía Films
- Making Docs
- Fosfenos media
- Planet 141

3. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

Esta investigación de corte cualitativo se desarrolló tomando como base estrategias del enfoque documental, a través de las cuales se pudiera realizar una revisión de documentos y una aproximación a los actores involucrados en nuestro objeto de estudio.

Así mismo, debido a que el proyecto buscó recopilar algunas experiencias del sector cinematográfico en Santiago de Cali, se optó por realizar una investigación de carácter exploratorio, que pretendió examinar un tema poco desarrollado en nuestra formación profesional.

3.2 INSTRUMENTOS

Para la recolección de información, se utilizaron dos instrumentos claves: el primero de ellos corresponde a la revisión documental, las fuentes bibliográficas y teóricas, en las que se encuentran incluidos datos y estadísticas arrojadas por entidades encargadas de medir el box office, y espectadores; libros, fuentes de internet, y artículos de entidades de cultura y cine en Colombia; procediendo a realizar el respectivo análisis de estos datos. El segundo instrumento, conformado por una serie de entrevistas a personas inmersas en el medio cinematográfico desde su experiencia y sus saberes acerca de la producción de cine en Colombia, la industria, el flujo de trabajo y la rentabilidad en la ciudad de Cali.

Por último, para el análisis de la información, se recurrió a técnicas de revisión bibliográfica y al análisis de las entrevistas realizadas. Estas herramientas sirvieron como polo a tierra para orientar la investigación hacia las industrias culturales como tema de interés y al entendimiento del término “rentabilidad” como un elemento fundamental en cualquier industria, y sobre todo cuando se hace referencias a las industrias culturales, y su cadena de valor, como es nuestro caso.

La revisión bibliográfica permitió contextualizar teóricamente la experiencia del trabajo de campo, mientras que las entrevistas lograron poner en diálogo las diferentes perspectivas de los entrevistados para la investigación.

3.3 PROCEDIMIENTO

Primera etapa. Al empezar con la investigación, la primera etapa consistió en definir el objeto de estudio, que surge de una inquietud y de una necesidad de dar respuesta a la misma, la rentabilidad en el medio cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cali.

A partir del objeto de estudio, se plantea la manera para recopilar los insumos que nos llevarían a un análisis profundo del tema en cuestión. Para desarrollar la investigación, se determinó cuáles serían los datos y cifras, además de lecturas de teóricos pertinentes para el desarrollo de la misma. Se diseñan las preguntas de las entrevistas para realizar a los diferentes directores y productores de cine de la ciudad de Cali.

Además, se construye un cronograma con las fechas de las actividades y los tiempos que deben cumplirse a lo largo de la investigación.

Segunda etapa. Luego de establecer parámetros acerca de la manera en la que se debe proceder, se hace el contacto con las personas a las cuales deseábamos entrevistar, nos contactamos con ellas, acordamos citas y asistimos, tuvimos un dialogo fluido con todos, incluso con algunas personas que no se encontraban en la ciudad y que por lo tanto entrevistamos vía internet, por video llamada. Los entrevistados se mostraron siempre receptivos y dispuestos a colaborar.

En esta etapa de la investigación, también se hace la recolección de estadísticas, datos y cifras que arrojan entidades como Proimágenes Colombia, en Cine en Cifras, y FeDesarrollo en el periodo de tiempo de 2003 a 2015. Efectuando conclusiones y categorías de confrontación, además de teóricos importantes que trazan el camino hacia conceptos como rentabilidad y economía naranja.

Tercera etapa. Se realiza el análisis de cifras, la transcripción de entrevistas, la sistematización de la información que se cruza y compila para dar paso a la escritura del cuerpo del documento, en donde se evidenciarán las lecturas hechas, la información recopilada y las conclusiones que se dan entorno a la investigación, al objeto de estudio. Además de esto, para esta etapa, aun se continúa con la revisión documental.

Cuarta etapa. En la cuarta y última etapa se realiza la escritura del producto y el análisis de resultados, además de la diagramación y realización de gráficos, para dar por finalizada la investigación.

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 INDUSTRIAS CULTURALES Y SU CADENA DE VALOR

4.1.1. Industrias Culturales. El presente capítulo describe las industrias culturales y analiza qué factores posibilitan hablar de la existencia o no de una industria cinematográfica en Santiago de Cali.

Las industrias culturales han representado en los últimos años a nivel mundial, el 6,1% de la economía mundial, alcanzando en su producción total \$4,3 billones de dólares⁵⁸. Dentro de las industrias culturales a nivel mundial, el cine aporta cifras significativas. Mientras Hollywood (Estados Unidos), Bollywood (India) y Nollywood (Nigeria) producen en conjunto un promedio de 4000 películas anuales, es decir, aproximadamente 80 películas semanales, en Colombia se estrenó en el mejor año 32 películas. Como producto de los procesos de producción y distribución, estos países cuentan con un crecimiento exponencial en su PIB gracias a la industria cinematográfica.

La industria en Estados Unidos generó \$31,47 mil millones dólares en el 2015, lo que representa un crecimiento promedio anual del 1,1% durante los próximos cinco años en gran parte por el lanzamiento de nuevas tecnologías digitales como lo son los Blu-rays en 3-D que probablemente aumentarán el gasto en entretenimiento en el hogar. Los ingresos provenientes de medios online desempeñarán un papel creciente en el éxito de la industria, a medida que los consumidores continúen cambiándose a los medios digitales⁵⁹.

En esa medida, la industria cinematográfica genera gran cantidad de empleos directos e indirectos, y promueve el bienestar económico de la nación, pero es

⁵⁸ BUITRAGO, Felipe; DUQUE, Iván. Banco interamericano de desarrollo, Economía naranja. [en línea] iadb [Consultado en línea mayo 10 2017]. Disponible en línea: <http://www.iadb.org/en/publications/publication-detail,7101.html?dctype=All&id=70896&dclanguage=es>

⁵⁹ PROCHILE. Estudio de mercado de servicios audiovisuales. 2015 [en línea] prochile. [consultado 3 de noviembre de 2016] Disponible en línea: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_07_05_11191035.pdf pág. 5

gracias a la disponibilidad de inversión y subvenciones (ProChile, 2011, pág.6) que el cine puede generar la estabilidad en su ciclo económico.

Colombia presentó para el año 2013, ventas por taquilla cercanas a USD. \$178.000.000, representando 0,6% de las ventas a nivel global. En un estudio realizado por la Alcaldía de Santiago de Cali, en el año 2012, se indagó sobre los cuatro sectores principales que intervienen en las industrias culturales en Santiago de Cali, indicando que el sector audiovisual ofreció 335 empleos⁶⁰. Cabe aclarar la cantidad de empleos mencionada fusiona empleos fijos, y prestación de servicios por determinado periodo de tiempo.

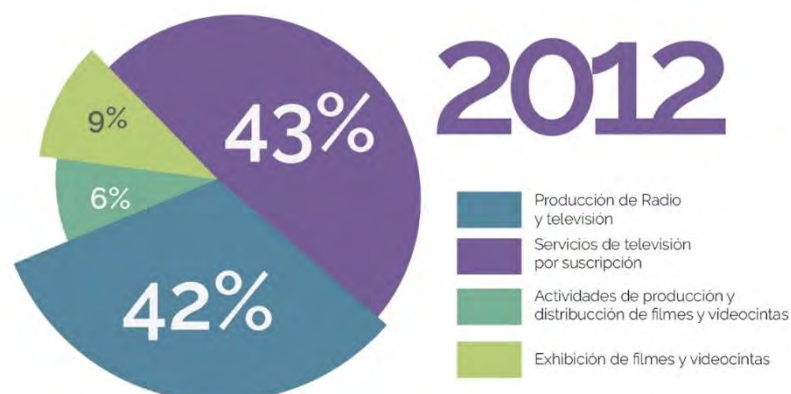
Estas industrias toman cada día más fuerza, para el año 2005, las industrias culturales representaron el 1,56% del PIB en Colombia, mientras en 2015, las industrias culturales habrían representado el 3,3% del PIB. El sector audiovisual configuraba un papel importante, a continuación, presentaremos en un análisis acotado del impacto de las industrias culturales en Santiago de Cali.

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIUU) vigente para Colombia, las industrias culturales del sector audiovisual están integradas por cine, video, radio y televisión. “De acuerdo con los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), el valor agregado del sector audiovisual a precios constantes ha experimentado un crecimiento del 109% entre el 2005 y el 2012, con un valor de 1,14 billones de pesos para alcanzar los 2,39 billones de pesos, respectivamente”^{*} dando así un resultado favorable para la industria audiovisual del país.

⁶⁰ RUÍZ ACERO, Daniel, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales en Cali – 2013 Industrias culturales Secretaría de cultura y turismo Santiago de Cali.

^{*} MINISTERIO DE CULTURA, Cultura a la medida, Análisis de la cuenta satélite de la cultura de Colombia.

Gráfico 7. Distribución del sector audiovisual para el 2012 en Colombia



Fuente: MINISTERIO DE CULTURA. Anuario estadístico Cine Colombiano 2015: Dirección cinematográfica, 2016. p. 30.

Se observa en la gráfica que la televisión y la radio, incluyendo los servicios pagos de televisión, representa el 85% del total del sector audiovisual, mientras que solo el 15% corresponde a la actividad cinematográfica (producción, distribución y exhibición de películas en el país). Si bien el sector cinematográfico frente a televisión y radio es mucho menor, las cifras reflejan positivamente un crecimiento del 155% entre 2005 y 2012.

En el año 2015, se llevó a cabo en la ciudad de Santiago de Cali, un censo con el objetivo de identificar a los artistas, gestores culturales, organizaciones y empresas culturales en la ciudad. Se censaron 4.859 artistas y se identificaron 522 empresas organizadas en el sector cultural, de los cuales el 11,8% representa el sector cinematográfico.

En cuanto a los empleos del sector audiovisual, se identifica que el dinero recibido por el resultado de sus actividades artísticas para el 51% representa un salario adicional a sus ingresos mientras que para el 39,3% es la fuente principal de sus ingresos, el 9,7% no responde. Para el sector audiovisual, un salario promedio se calcula \$1.450.000⁶¹ para el año 2013, pero se observa que solamente el 24% de los pertenecientes al sector cuentan con un contrato laboral fijo, el 76% restante

⁶¹ INDUSTRIAS CULTURALES CALI. 5 años de cara al desarrollo socioeconómico desde la cultura y la creatividad. Comfandi 2014.p.25

obtienen trabajos esporádicos por producción cinematográfica, para la cual se calcula un promedio de 67 empleos producidos por rodaje de película.

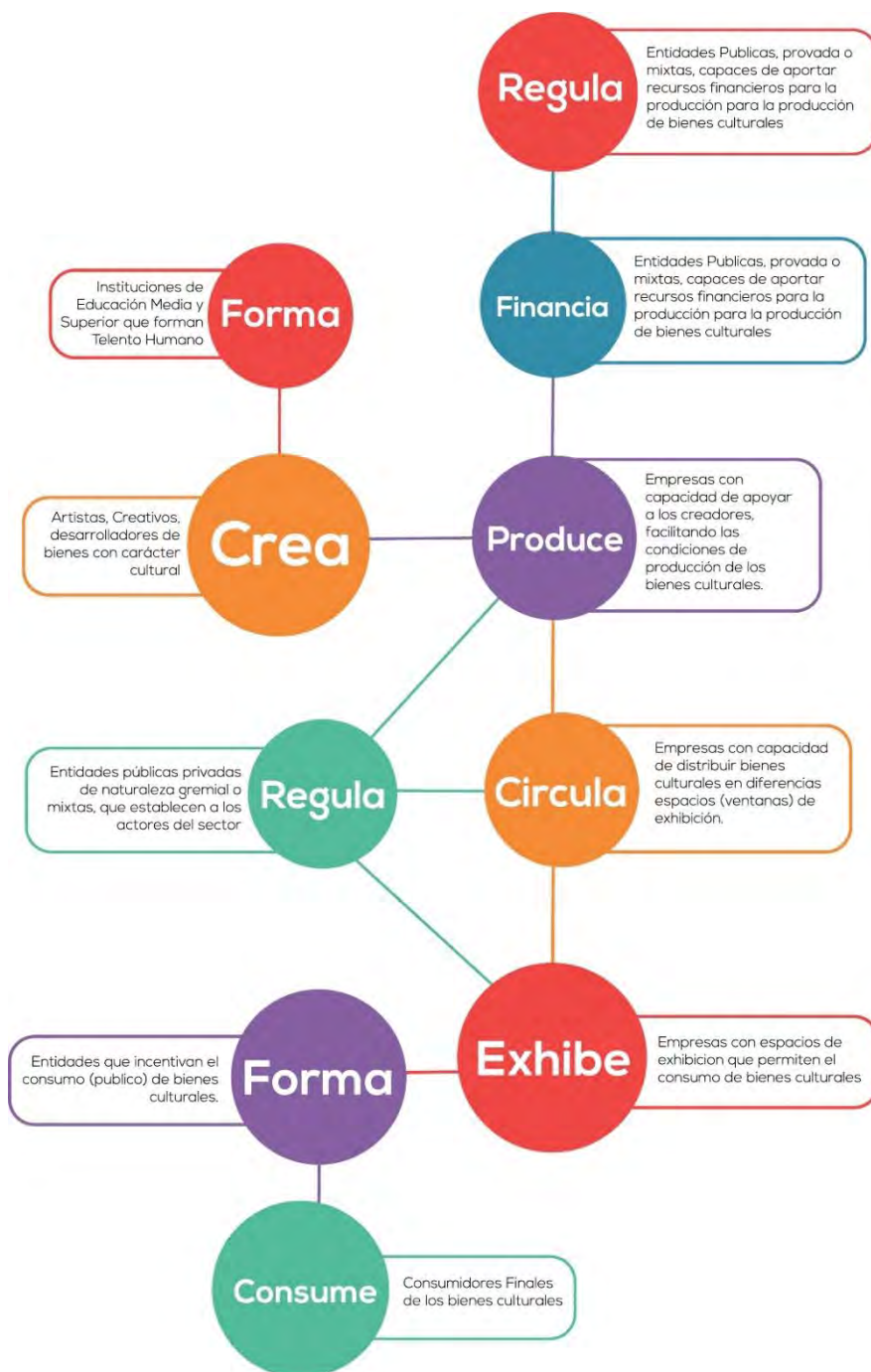
Si bien no se puede hablar de una industria cinematográfica consolidada como una industria cultural, el sector audiovisual en Cali, específicamente el cine, ha ido poco a poco configurando lo que, según Canclini (2000), debe ser su apuesta: “potencializar la cultura local y la diversidad”. En un intento por ordenar el sector y cualificar las producciones, el cine local ha incrementado su regularidad en cuanto a la realización y distribución de películas. Para hablar del cine como industria, tomaremos en cuenta el cumplimiento a cabalidad de la cadena de valor, que hace referencia a la articulación de los diferentes actores que conforman el sector.

4.1.2. Cadena de Valor

El cine, al ser uno de los procesos mejor organizados y más rentables a nivel mundial, permite la vinculación de diferentes dependencias y una serie de contrataciones en cada una de sus etapas que despliega una cantidad considerable de dinero, personal y empresas aliadas. Así pues, en la concepción del cine como industria entran en juego aspectos de distinto orden correspondientes tanto a los elementos técnicos, económicos y a su valor como bien y servicio cultural.

La cadena de valor que rige en general a las industrias culturales se encuentra de la siguiente manera (*Véase gráfico 8*):

Gráfico 8. Cadena de valor



Fuente: INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales de Cali. Comfandi 2013 p.25

Los factores que intervienen en la cadena de valor en el campo cinematográfico convencional, forman parte de la estructura mundial con la que se mide el tema de la industria. Así, toda vez que existen entidades que llenan a cabalidad cada uno de los elementos que conforman esta cadena, hablamos de la existencia de una industria, estando compuesta por múltiples empresas que aportan al crecimiento de la actividad económica del sector.

Si se quisiera afirmar que Santiago de Cali cuenta con una industria cinematográfica, tendrían que consolidarse empresas y personas dedicadas a diversas actividades que conforman la cadena de valor, pues la producción ha aumentado y se han creado entidades especializadas en cubrir servicios, a continuación, describiremos aquellas empresas registradas en Locación Colombia como prestadoras de servicios⁶²:

- **Servicios de alimentación**

- *Co-Cine Catering Services*: Empresa que presta su servicio a nivel nacional, con sede principal en Bogotá, DC.

No hay ninguna empresa de catering y/o alimentación que registre cubrimiento en la ciudad de Cali

- **Asesoría legal y Personal jurídico**

- ARAÚJO IBARRA, Consultores en Negocios Internacionales

- Price Waterhouse Coopers

- Triana, Uribe & Michelsen: Manejo de Asuntos Corporativos y Propiedad Intelectual (Corresponsales en diferentes ciudades del país, entre ellas Cali, sede principal Bogotá DC)

- **Animación**

- Corporación Panchana Producciones

- Toonka Films

⁶² LOCACIÓN COLOMBIA, Ministerio de Cultura[en línea]location colombia [Consultado en línea: 13 mayo 2017] Disponible en línea: <http://www.locationcolombia.com/>

- Fosfenos Media
- **Empresas de Producción de Audio**
 - Audiomedios Music
 - Estudios Takeshima
- **Empresas de Renta de Equipos**
 - Congo Films: Bogotá DC. *Presta sus servicios a todo el país
 - Seguros
 - Chubb
- **Instituciones relacionadas**
 - Escinedigital
 - Extraliminal Producciones

No se registraron empresas dedicadas en la ciudad de Cali⁶³ al cubrimiento de servicios como:

- Casas rodantes
- Dobles
- Efectos Especiales
- Estudios
- Locaciones
- Prensa y Relaciones Públicas

⁶³ Referencia tomada del directorio de servicios oficiales de la Ley 1556 [en línea] locationcolombia [Consultado en línea: 13 mayo 2017] Disponible en línea: <http://www.locationcolombia.com/>

- Renta de Automóviles, Camiones y/o Helicópteros
- Servicios publicitarios
- Actores
- Efectos especiales
- Estudios
- Agencias de Casting
- Traductores e Intérpretes
- Agentes subsidiarios y promotores (Realización, y cumplimiento de políticas públicas)

Si bien el impacto de la cinematografía a nivel local ha tomado fuerza, aún no se encuentran consolidadas y registradas en su totalidad empresas y personal especializado para suplir servicios de producción en cada uno de los campos mencionados.

Describiremos a continuación algunas entidades que pertenecen a la cadena de valor:

Formación de talento humano: “Instituciones de Educación Media y Superior que forman Talento para el sector. Cumplen la función de aportar el capital humano requerido para atender las diferentes etapas de la cadena de valor, especialmente la de creación.”⁶⁴

En Santiago de Cali, se encuentra la Universidad Autónoma de Occidente y su programa de Cine y Comunicación Digital, único en la ciudad en ofrecer como tal una carrera profesional de formación en cine.

⁶⁴Ibid. Disponible en línea:
https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

La Universidad del Valle, con su Programa de Comunicación Social y Periodismo, ha formado la mayoría a los profesionales dedicados a la realización cinematográfica en la ciudad. Además, cuenta con programas extendidos como el Diplomado de Documental de Creación. La Universidad Javeriana desde los programas de Artes Visuales y Comunicación Social, y la Universidad Santiago de Cali, con el Programa Comunicación Social, complementan las entidades a cargo de la formación del talento humano para la realización audiovisual.

Adicionalmente, existen en la Academia de Dibujo Profesional y el SENA programas técnicos y tecnológicos de Producción Audiovisual. Y la Escuela de Cine Digital y Artes Audiovisuales de Pakiko Ordoñez, donde se dicta un diplomado de dirección y realización.

La ciudad cuenta también, con escuelas adicionales en oficios que complementan la realización cinematográfica, como lo son, la Escuela Audio-medios con producción de sonido, escuelas de maquillaje como Carrusel, la escuela de Fotografía del Valle y escuelas de actuación profesional, técnica y tecnológica.

A nivel nacional, desde el Ministerio de Cultura, se creó el programa INI, Imaginando Nuestra Imagen, que genera espacios para la formación de realizadores audiovisuales en diferentes regiones del país, cuenta con tres tipos de becas que se entregan periódicamente con el programa nacional de estímulos.

INI básico: “Consiste en un proceso de formación básica en cinematografía, para la creación de cortometrajes de ficción, con una metodología de seminarios-talleres, teórico-prácticos y aplicados a dos historias creadas por los mismos participantes”⁶⁵.

INI de profundización: “Se otorgan a través de convocatorias del Programa nacional de Estímulos y tienen como objetivo apoyar procesos de producción regional donde haya existido el Programa INI básico en los últimos 5 años y que

⁶⁵ MINISTERIO DE CULTURA. Formación, 2017. [en línea] mincultura. [Consultado en línea 13 mayo 2017] Disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Formacion/Paginas/default.aspx>

requieren su cualificación a través del acompañamiento y asesoría de tutores profesionales del sector cinematográfico”⁶⁶.

INI de circulación: “Ejercicio de continuidad del proceso de formación básico, que implica la presencia en un festival nacional o muestra cinematográfica en donde los participantes de INI presentan sus cortometrajes y participan de los procesos formativos y de intercambio y circulación”⁶⁷.

Creadores de Contenidos: “Artistas, Creativos, entre otros desarrolladores de bienes culturales”⁶⁸.

Las empresas productoras en su estructura general, tienen vinculado como personal de planta, un equipo que crea, diseña y promueve los diferentes proyectos relacionados con la actividad cinematográfica, pero a su vez cuentan con artistas, o creativos que se vinculan a determinados por un periodo corto de tiempo.

El caso de Luis Ospina, y las empresas productoras que cuentan con por lo menos un largometraje finalizado en Santiago de Cali, y con personal creativo vinculado a sus diferentes procesos.

- Fundación Imagen Latina
- Enic Producciones
- Antorcha Films
- Contravía Films

⁸⁸ MINISTERIO DE CULTURA. Op., cit. Disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Formacion/Paginas/default.aspx>

⁶⁷ MINISTERIO DE CULTURA. Ibid.

⁶⁸ INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales de Cali. 2013[en línea] Industrias culturales [consultado: 3 de noviembre de 2016] Disponible en línea: https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

- 64A Films
- Cine de amigos
- Making Docs

Reguladores: “Entidades públicas, privadas de naturaleza gremial o mixta, que establecen condiciones y regulan las interacciones entre los actores del sector”⁶⁹.

El cine colombiano se encuentra regulado por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, quien se encarga de diseñar, promover e implementar las políticas de formación, investigación, información, patrimonio y circulación. Además, el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Prolmágenes Colombia”, creado bajo la ley 397 de 1997 (Ley General de cultura), recolecta la cuota parafiscal para el Fondo de Desarrollo Cinematográfico -FDC-, y está encargado de la promoción del país como territorio de filmación (Castañeda, 2011).

El Consejo Nacional de Artes y la Cultura Cinematográfica (CNACC), lleva a cabo funciones como dirigir el FDC, aprobar sus presupuestos, establecer porcentajes, plazos, límites y montos para cada una de las categorías propuestas en el Fondo, además, apoya al Ministerio de Cultura en proyectos y actividades para lograr un mayor impacto.

A nivel local, contamos con el consejo Departamental de Cine del Valle del Cauca, constituido en el año 2013, es un ente del Estado y la Gobernación del Valle que asesora a la Secretaría de Cultura, a los Institutos de Cultura, a los consejos de planeación y al CNACC sobre las políticas en materia audiovisual y cinematográfica correspondientes con las realidades de cada departamento o distrito.

Estos consejos a nivel departamental (27 a nivel nacional), se encargan de formular estrategias y planes de acción para promover e impulsar los procesos referentes al sector audiovisual en la ciudad. Dentro de sus funciones principales, se encuentra el asesoramiento a la Gobernación para la articulación de procesos que tengan relación con el fomento y la difusión de la actividad cinematográfica en

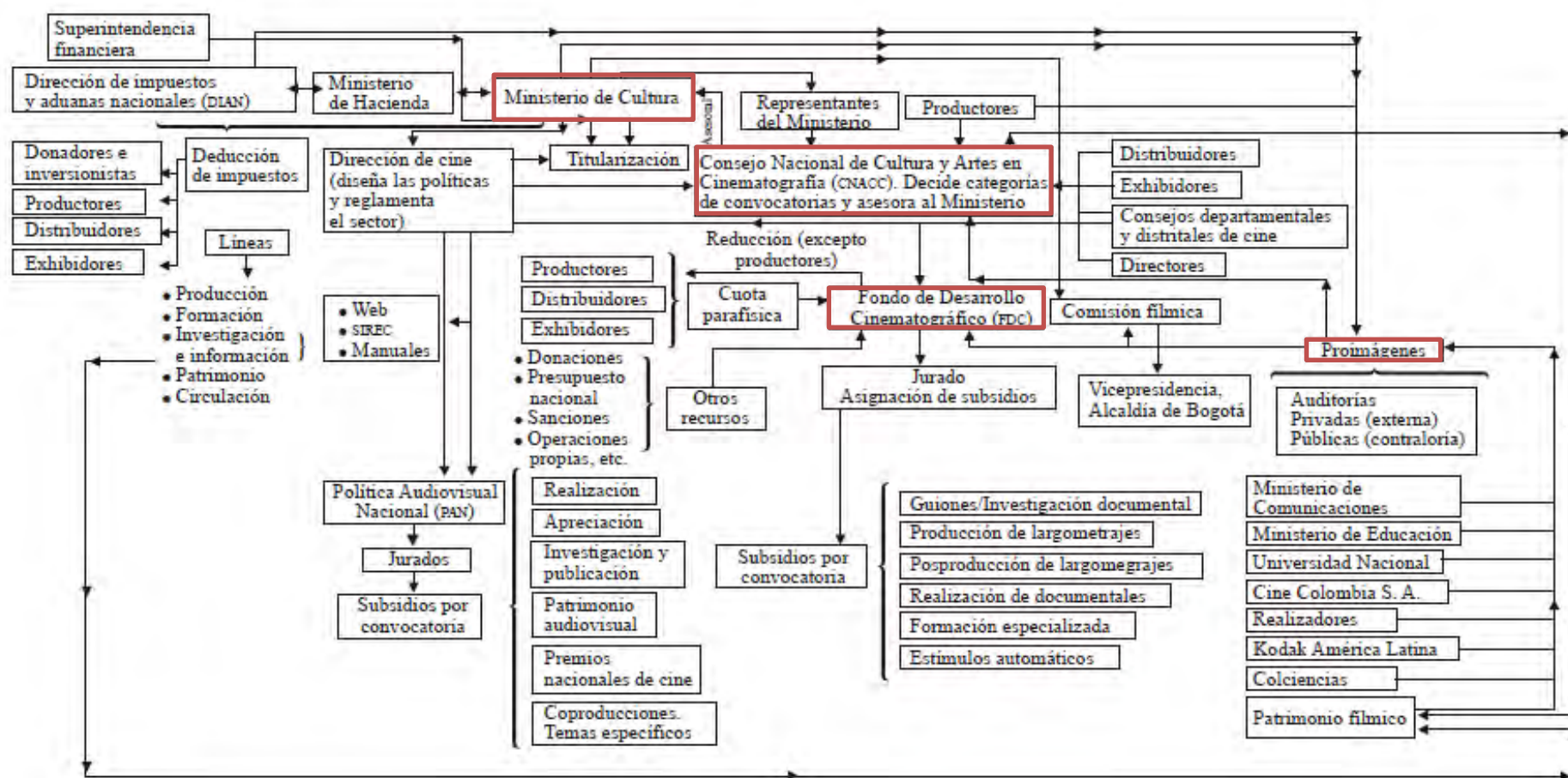
⁶⁹ Ibid. Disponible en línea:

https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

el departamento, participar de la inclusión de políticas en el área cinematográfica dentro del Plan de Desarrollo Cultural del departamento o municipio.

A continuación, presentamos la estructura organizativa de las entidades reguladores, de la cinematografía nacional. Este cuadro (véase *gráfico 9*) ayuda a entender la manera como se relacionan los diferentes entes gubernamentales, con los diferentes elementos de la cadena de valor.

Cuadro 01. Estructura del modelo cinematográfico en Colombia



Fuente: CASTAÑEDA LÓPEZ, Liliana. Agentes del sector cinematográfico y la diversidad cultural en Colombia. En: Revista: Comunicación y Sociedad 2011. P.25

Productores: “Empresas y entidades con capacidad de apoyar a los creadores, facilitando las condiciones de producción de los bienes culturales”⁷⁰.

Al igual que las empresas mencionadas en los entes creadores, que serán objeto de estudio en el siguiente capítulo, estas, adicional a la realización cinematográfica de sus propios proyectos, se encuentran en la capacidad de prestar servicios cinematográficos amparados por la ley 1556, o servicios de coproducción nacional o internacional, con el fin de ampliar la línea de acción de las mismas.

Financiadores: “Entidades públicas, privadas o mixtas, capaces de aportar recursos financieros para la producción de bienes culturales”.⁷¹

Cobran gran importancia las subvenciones que, en su mayoría, se tratan de recursos del estado, provenientes del recaudo público que son otorgados por medio de convocatorias administradas por instancias nacionales, departamentales y locales, como lo es el Ministerio de Cultura, a través del FDC, que nace a través de una cuota parafiscal, cobrada a los mismos actores del medio (exhibidores, distribuidores, y productores) y aplicables específicamente a Santiago de Cali, la convocatoria de Estímulos Cali, por parte de la Secretaría de Cultura Municipal.

Relacionamos a continuación las diferentes categorías para financiación de proyectos audiovisuales en sus diferentes etapas, tanto en realización como en formación de públicos:

- **Fondo para el Desarrollo Cinematográfico FDC Convocatorias**

Ficción

- **Escritura de guion**

⁷⁰ INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales de Cali. [en línea] Industrias culturales 2013 [Consultado 3 de noviembre de 2016] Disponible en línea: https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

⁷¹ Ibíd. Disponible en línea: https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

- Escritura de guion para largometraje de género
- Producción de largometrajes *Primera película de Director Colombiano
- Producción de largometrajes *Segunda película de Director Colombiano
- Coproducción minoritaria Colombiana
- Posproducción de largometrajes
- Realización de cortometrajes
- **Documental**
 - Desarrollo de proyecto
 - Realización de largometrajes
 - Realización de cortometrajes
 - Posproducción de largometraje documental
- **Animación**
 - Desarrollo de largometrajes
 - Producción de largometrajes
 - Realización de cortometrajes
 - Realización de cortometraje infantil
- **Circulación**

- Muestras de cine colombiano en el exterior
- Circulación alternativa
- **Formación**
 - Formación a través de festivales de cine
 - Formación especializada para el sector cinematográfico
- **Estímulos Automáticos**
 - Promoción de largometrajes
 - Participación internacional
 - Distribución de películas colombianas
- **Ministerio de Cultura (Convocatoria Estímulos Nivel Nacional)**
 - Reconocimientos de cortometrajes y largometrajes de cine de Ficción, Documental y Animación para su difusión en Bibliotecas Públicas
 - Becas de formación de públicos - Programa Colombia de Película
 - Contenidos Audiovisuales –Becas para formación de públicos con contenidos infantiles
 - Beca para el desarrollo de proyecto de formato de no ficción para Televisión
 - Beca para el desarrollo de proyecto de serie televisiva de no ficción para audiencia infantil, con énfasis en Lectoescritura

- Convocatorias Señal Colombia - Ministerio de Cultura “Comunicación Étnica” para la producción de documental unitario realizado por grupos étnicos
- Convocatorias Señal Colombia - Ministerio de Cultura “Nuevos Creadores” para la producción de unitario de no ficción
- **Alcaldía de Santiago de Cali, Secretaría de Cultura**
- Beca para la formación de públicos
- Beca de producción de documental
- Beca de producción y postproducción de cortometraje
- Beca para producción y posproducción de largometraje

A nivel local, políticas de desarrollo cultural como el Plan Decenal de Cultura, que es un instrumento de planificación que tiene como objetivo principal el desarrollo del sector cultural del Municipio de Santiago de Cali, el cual fue formulado con la participación de los actores, creadores y gestores del sector cultural. Este plan nace como un instrumento de inclusión y participación ciudadana, en donde a manera de construcción colectiva se busca “involucrar y tener en cuenta a los actores del sector, en igualdad de condiciones y oportunidades, sin desconocer sus territorios y territorialidades, gestionando la construcción de cultura política en el sector”⁷², además de la asignación de recursos públicos para la creación de procesos que fomenten el desarrollo cultural basado en un enfoque de interculturalidad.

Distribuidores: “Empresas con capacidad de distribuir bienes culturales en diferentes espacios (ventanas) de exhibición. Conectan a la producción con los espacios destinados al consumo”⁷³.

⁷² Plan Decenal de Cultura de Santiago de Cali: 2015-2025 “Cali, hacia un territorio intercultural” Disponible en línea: <http://sicsur.mercosurcultural.org/archivos/Cultura-a-la-Medida.pdf>

⁷³ INDUSTRIAS CULTURALES CALI. Op., cit.

Entre las empresas distribuidoras reconocidas a nivel nacional se encuentran, Cine Colombia, Cinecolor, Cineplex S.A. UIP, Babilla, Procinál.

En algunos casos, las productoras caleñas se han dedicado a distribuir sus propias películas, creando por sí mismos departamentos de distribución, contratando distribuidores o haciéndolo a través de gestión propia. Como fue el caso de la película SIEMBRA, fue distribuida a nivel nacional por CINEPLEX pero a nivel internacional directamente por Contravía Films.

Exhibidores: “Empresas con espacios de exhibición que permiten el consumo de bienes culturales y la interacción con los usuarios finales”.

Santiago de Cali cuenta a 2015 con 87 salas de cine, equivalentes a 15.248 sillas, infraestructura correspondiente a empresas como Cine Colombia, Royal Films, CineMark y Cinépolis. Además, de salas alternas de proyección como La Tertulia, y Proartes, cineclubes, festivales y muestras.

- **Cineclubes en Santiago de Cali:**

Santiago de Cali cuenta con una trayectoria importante gracias a la creación del Cine club de Cali, en el Teatro San Fernando, por Andrés Caicedo, Luis Ospina, Ramiro Arbeláez, Carlos Mayolo, entre otros, y dio paso a un fenómeno de gran importancia cultural en la ciudad, que a la vez sirvió de plataforma para la proyección de películas a nivel mundial. En Cali, entonces, los cineclubes se han constituido como espacios relevantes de exhibición y proyección, con el objetivo en enriquecer el sector cultural de la ciudad, fortalecer la formación cinematográfica del público y crear espacios de encuentro para los estudiantes interesados en contribuir a la construcción de una cultura audiovisual.

Actualmente, en la ciudad existen 17 principales espacios destinados a la proyección de películas de todas las épocas, géneros y países, entre ellos, el cineclub “Cinefagia” de la Cinemateca La Tertulia, “CinemAlliance” de la Alianza Francesa, “Caligari” de la Universidad del Valle que también se realiza en el espacio cultural de “Lugar a Dudas”, Cine Foro de la Biblioteca Departamental, Cine Club de la Fundación Hispanoamericana, “Cine al Parque” en la Loma de la Cruz, “Cinemandra” del Teatro Salamandra del Barco Ebrio, Cine Club del Teatro El Presagio, Cine Club de la Universidad Autónoma de Occidente, Cine Club del Centro Cultural Comfandi, “Alucine con el Cine” de la Universidad Javeriana, “Videoteca de Cali” del Centro Cultural, “Cine Gratis” de Café Macondo, Cine Club y Sala De Exposición “Cine Rotativo”, entre otros.

Festivales. Los festivales mencionados a continuación, hacen parte de las iniciativas y procesos culturales que se llevan a cabo en el departamento del Valle del Cauca, y se crearon como espacios de exhibición y formación, que contribuyen a impulsar y dar fuerza a la producción de cine en la región. Además de esto, cuentan con categorías internacionales, las cuales ayudan a que estas iniciativas tomen fuerza, por medio también de propiciar el encuentro cultural a través de las personas invitadas y la proyección de los productos audiovisuales, además de servir de vitrina para realizadores emergentes y sus proyectos.

Describimos a continuación los festivales más importantes que se realizan en la ciudad, el número de ediciones se cuenta al año 2015, dentro del marco de estudio.

- **Intravenosa** 6 Ediciones / 2009-2015

➤ Categorías: Selección Oficial Nacional de Cortometrajes, Selección Oficial Nacional Universitaria de Cortometrajes, Selección Oficial Internacional de Cortometrajes, y Selección Oficial Internacional Universitaria de Cortometrajes.

Intravenosa, es un Festival de Cine Universitario, realizado por Industria Paraíso en la ciudad de Cali, que desde sus inicios fue pensado con el objetivo de abrir una puerta para nuevos talentos y propiciar un espacio para la visualización del trabajo realizado en la academia.

- **Cinespacio** 2 Ediciones / 2013-2015

➤ Categorías: Animación, Ficción, Documental, Experimental.

Cinespacio es un Festival Internacional Universitario de Cine, que nace en el año 2013, a partir de una iniciativa estudiantil de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, como una plataforma para productos y públicos alternativos de la ciudad de Cali, en el marco del arte cinematográfico.

- **Festival de Cine de Cali – FICCALI** 6 ediciones / 2009-2015

- Categorías: Sección oficial competitiva: largometrajes internacionales, largometrajes nacionales, cortometrajes nacionales e internacionales.

El Festival de Cine de Cali, creado por Luis Ospina, es “un espacio de contracultura o de contracorriente, con una línea curatorial que apuesta por un cine arriesgado e innovador”⁷⁴ una ventana al cine independiente para la ciudad y para el país. Abierto también, a otras manifestaciones del audiovisual, como la videoinstalación, el videoarte y el cine expandido.

- **FINCALI** 1 Edición / 2015-2015

- Categorías: Selección Nacional, Selección Internacional, Ventana FESDA, Selección en competencia, Retrospectiva

El Festival Internacional de Cine Ambiental de Cali, nace a partir de la necesidad de crear un espacio dedicado a la divulgación y discusión de temáticas ambientales, a través del audiovisual. Cuenta con 3 ejes temáticos: Soberanía Alimentaria, Horizontes energéticos y Madre Tierra.

- **Cine Toro** 8 Ediciones / 2008-2015

- Categorías: Selección Oficial Internacional, Selección Oficial Nacional, Muestra Regional, Sección panorama, Fotograma, Cinetoro art, muestra diversa, Cinetorolab (Laboratorio Creativo).

“El Festival Internacional de Experimentación CINETORO es un evento cinematográfico dedicado a promover y fomentar la experimentación en cine y artes audiovisuales en Colombia y el mundo, promoviendo el intercambio cultural.”⁷⁵

- **Bugarte** 7 ediciones / 2009-2015

⁷⁴ Tomado de Entrevista Luis Ospina, [en línea] Cali Creativa. [Consultado 17 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://calicreativa.com/cali-vive-nueva-edicion-festival-internacional-de-cine-ficcali/>

⁷⁵ Tomado de CineToro Festival Internacional de Experimentación.[en línea] cine toro [Consultado 17 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://cinetoro.com/que-es-2/>.

➤ Categorías: Cortometraje nacional (ficción o documental), cortometraje internacional (ficción o documental), video arte, animación, videoclip, intervención mural, artes visuales (todas las técnicas), prácticas artísticas contemporáneas, talleres y procesos pedagógicos, conversatorios y ponencias.

➤ El Festival Bugarte, “es el primer evento que fusiona el cine y las artes visuales en el Valle del Cauca, y fomenta espacios de discusión a través de las manifestaciones artísticas y cinematográficas.”⁷⁶

La Truca 4 ediciones / 2011-2015

➤ Categorías: Cortometrajes universitarios (nacionales y extranjeros) y cortometrajes profesionales (nacionales y extranjeros).

El Festival Internacional de Animación La Truca, es liderado por diferentes universidades en la ciudad, y creado con el propósito de fortalecer el sector de la animación en Colombia, “brindando diferentes espacios de formación, exhibición y socialización donde se desarrollan dinámicas de aprendizaje e intercambio de conocimientos en torno a la producción audiovisual de animación.”⁷⁷

Festival Nacional de Cine y Video Comunitario del Distrito de Aguablanca-FESDA 6 Ediciones / 2009-2015

➤ Categorías: Documental, Ficción, Experimental, animación o videoclip, y Video universitario con comunidades.

El Festival nacional de cine y video comunitario del Distrito de Aguablanca, creado por el Colectivo “MEJODA”, desde sus inicios, ha buscado “promover la exhibición

⁷⁶ Festival de cine y artes visuales [en línea] Bugarte. [Consultado 17 de mayo de 2017] Disponible en línea: http://festivalbugarte.org/?page_id=7

⁷⁷ La Truca Festival Internacional de Animación [en línea] atrucafestival. [Consultado 17 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://latrucafestival.com/el-festival/>

y formación para estimular los procesos de creación audiovisual, a través de la asesoría colectiva.”⁷⁸

Festival Audiovisual Takeshima 7 ediciones / 2008-2015

El Festival Audiovisual Takeshima, realizado principalmente en el Auditorio del Centro Cultural de Cali, en su novena edición, contó con: Proyecciones de cortometrajes y largometrajes de la Semana del Cine Colombiano, proyección de cortometrajes nacionales e internacionales de 48 Horas Film Festival y del Festival Internacional “El Espejo”. Además de esto, se caracteriza por tener procesos de formación al público y cuenta con proyecciones en lugares alternos para llevar el cine a las personas que no tienen fácil acceso, en lugares como El Vallado, El Poblado, La Casona, el Centro del Emprendimiento El Pondaje y el Teatro la Unión de la Comuna 16.

Formadores de Públicos: “Entidades que además de la función de exhibición, plantean esquemas de formación en los que el usuario o espectador enriquece su proceso de consumo y se familiariza con el sentido y propósito de los bienes culturales desde diferentes dimensiones”⁷⁹.

El gobierno nacional cuenta con la Maleta de Películas, que permite el acceso de películas a diferentes públicos que no tienen facilidad para hacerlo.

Colombia de Película desarrolla talleres de formación de públicos, a través de estrategias lideradas por el Ministerio de Cultura. “Se ha desarrollado un Programa de Circulación de contenidos y formación de públicos con el fin de promover los procesos que llevan a cabo los diversos agentes de la exhibición alterna y la formación en apreciación”⁸⁰.

Productoras cinematográficas como Contravía Films, Fosfenos Media y Antorcha Films, como servicio adicional a su razón de ser en torno a la realización

⁷⁸ ProImágenes Colombia [en línea] proimagenescolombia. [Consultado 17 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://www.proimagenescolombia.com/secciones/eventos/eventos.php?nt=1&mes=09&anio=2012>.

⁷⁹ INDUSTRIAS CULTURALES EN CALI. Op cit p.25.

⁸⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA, Artículo Circulación y formación de públicos.[en línea] mincultura [Consultado 15 de noviembre de 2016] Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Paginas/Circulacion-y-Formacion-de-Publicos.aspx>

cinematográfica, cuentan con ciclos de formación a comunidades, grupos de artistas emergentes o personas interesadas en el aprendizaje del oficio cinematográfico.

A nivel local, Estudios Takeshima cuenta con un programa de formación de públicos realizado en el marco del Festival Audiovisual Takeshima. Además, distintas compañías y colectivos que a través de becas locales y nacionales adelantan talleres con la comunidad.

La iniciativa Cine Pal Barrio, surge a partir de la necesidad de crear un espacio de proyección y difusión de proyectos audiovisuales fuera de las salas de cine de la ciudad. Este proyecto es una iniciativa de base que ha logrado un espacio donde se propician nuevas experiencias a través del relacionamiento del cine con la comunidad, con el distrito, con el barrio, como generador de cambios sociales, de alto impacto social, que aporta directamente a procesos culturales y a la participación ciudadana con distintos y variados propósitos, entre esos, la creación de espacios alternativos y la formación de público.

Desde el año 2013, el Festival Internacional de Cine de Cali -FICCALI, también se sumó a este proceso de cine en las comunidades que venía siendo liderado hace más de 14 años por colectivos como Tikal Producciones, Cine al Parque y Cine pal Barrio. Con su sección “Descentralizados”, FICCALI busca hacer proyecciones de cine gratuito en 17 barrios de la ciudad, sectores populares tales como Brisas de Mayo, Mojica, Terrón Colorado, entre otros, donde también existe la necesidad de historias, de películas, y la expectativa de estar en contacto con el séptimo arte y de identificarse con la pantalla.

Adicional a los cineclubes mencionados anteriormente, quienes permiten el acercamiento del cine a la comunidad.

Consumidores: “Individuos, o grupos que están dispuestos a consumir el producto audiovisual, en las diferentes ventanas de exhibición, ya sea con un pago, o de forma gratuita”⁸¹.

⁸¹ INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI, Op cit, Disponible en línea: https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

Con base a la aproximación a los sectores descritos anteriormente, se puede afirmar que Santiago de Cali cuenta con una industria en desarrollo, ya que existen agentes que pertenecen a cada una de las áreas de la cadena de valor, pero no hay todavía una plataforma que garantice que la actividad comercial se desarrolle de la manera adecuada. Y aunque, se adelantan procesos y cada vez están más organizados en el sector, falta aumentar la actividad comercial para fortalecer la cadena de valor y brindar continuidad a los proyectos adelantados por los productores.

Entre los puntos que encontramos desfavorables, es que, aproximadamente existe la misma cantidad de entidades que forman profesionales a la cantidad de empresas productoras, que tienen una estructura financiera en su interior organizada y aunque quisieran apoyar nuevo talento, no hay plazas suficientes de trabajo dentro de las productoras existentes, es por ello que las empresas permiten pasantes, pero muy pocas ocasiones éstos logran tener un espacio de trabajo fijo dentro de las productoras ya establecidas, es por ello que gran parte de los realizadores migran a Bogotá u otros países a conseguir oportunidades laborales, mientras otros optan por la creación de sus propias empresas cinematográficas.

En esa medida, en Cali existen productoras emergentes, en las que se destacan algunas por su recorrido en realización de cortometrajes, creación de espacios de circulación y proyectos animados. Aunque en efecto, nuestro estudio no pretende profundizar en las productoras cinematográficas emergentes, resaltaremos algunas de las que han logrado conseguir un estímulo por parte del FDC y adelantan proyectos en Santiago de Cali.

-Industria Paraíso, que desarrolla desde hace siete años el Festival de Cine Intravenosa, vinculado a la Asociación Nacional de Festivales de Colombia. Para 2017 abre su novena versión.

-ZunZu Estudios, quién cuenta con un largometraje animado en etapa de preproducción: Len y el canto de las ballenas, la cual ha ganado premios en el marco de las convocatorias Ventana Sur 2016, FDC Desarrollo 2014, Laboratorio guion Oaxaca con Bertha Navarro 2015 y Rio Market 2015.

-Cinespina: con el largometraje animado en etapa de desarrollo "Canchimalo, guerrero marimba", el cual obtuvo la Beca para el Desarrollo (escritura) de guion de largometraje para público infantil otorgado por el Ministerio de Cultura colombiano, a través de su convocatoria de Estímulos. Además, del Premio para

Desarrollo del Largometraje, otorgado por el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “FDC”, Ministerio de Cultura - Colombia.

-Colectivo MEJODA: con el largometraje Matachindé, ganador del premio India Catalina 2015. Gestor del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario del Distrito de Aguablanca que para el 2016 contaría con 8 versiones.

-Tikal producciones: Productora en proceso de constitución legal de cine y video comunitario que trabaja hace más de 12 años en sector de ladera y oriente de la ciudad de Cali, trabaja en procesos de formación de público y realización participativa con adultos, niños y jóvenes. Realiza documentales, videos y apoyan la gestión de diferentes productoras, como lo fue con el caso de la película Los Hongos y Matachindé. Como resultado de la realización de documentales, han producido ‘Women’s Ghetto’, ‘Sin territorio no hay vida’, ‘Gualas’ y ‘La Resbaloza’.

4.2 DESARROLLO DEL SECTOR

Para entender la rentabilidad de la cinematografía caleña, es necesario abordar factores que nos darán indicadores para entender el desarrollo del sector, como lo son el incremento de películas realizadas en los últimos años, la sostenibilidad de las empresas productoras, y la resonancia en festivales a nivel internacional.

4.2.1 Productoras cinematográficas en Cali. Santiago de Cali ha sido cuna de múltiples producciones cinematográficas importantes en el país, y uno de los territorios en el que se han consolidado gran cantidad de productoras, entre las que se encuentran aquellas que están dedicadas a diversificar sus servicios, con realización audiovisual para diferentes marcas, empresas o productos; así como la creación de diferentes espacios, talleres y charlas culturales que han permitido su manutención. Este capítulo analiza únicamente las productoras caleñas que tienen por lo menos un largometraje finalizado a 2016, delimitando así nuestro estudio de carácter cinematográfico, incluyendo dentro de las categorías, ficción, no ficción (documental) y animación.

Entre las productoras de cine caleño que incluimos para nuestro estudio, se resalta la búsqueda constante de resolver una necesidad artística desde la cinematografía, buscando narrativas poco convencionales, así como la exploración de un estilo estético propio con la necesidad de retratar una realidad colombiana desde el punto de vista de los realizadores.

Las productoras que tomamos para nuestro estudio fueron:

- **Fundación Imagen Latina**, constituida a partir de la realización del largometraje *"El Rey"* (2004), película que se estaba gestando desde 1996*. En el 2012 se realizó el estreno de *"Apaporis"*, y *"Amores peligrosos"* en 2013, cuya dirección estuvo a cargo de Antonio Dorado Z, y producción por él, Omar y Alberto Dorado.

Ilustración 1. Logo Fundación Imagen Latina



- **Enic producciones**, cuya producción se encuentra a cargo de Alina Hleap, comunicadora social de la Universidad del Valle. Dentro de las películas que se han gestado en esta productora están *"Yo soy otro"* (2008), dirigida por Oscar Campo, y *"La Sargento Matacho"* (2015), por William González.

* Afirma Antonio Dorado en entrevista, ver anexos.

Ilustración 2. Logo Enic Producciones



- **Antorcha Films**, fundada en el año 2003 a cargo del productor y director Jhonny Hendrix. Ha liderado proyectos junto a Diego F. Ramírez como *“Perro come perro”* (2008), dirigida por Carlos Moreno. Y películas en las que también ha sido director, como *“Chocó”* (2012) y *“Saudó”* (2016). Entre otras películas que se han producido y coproducido se encuentran *“En coma”* (2011), *“Dr. Alemán”* (2008), *“Anina”* (2014) y *“Deshora”* (2014).

Ilustración 3. Logo Antorcha Films



- **Contravía Films** se fundó en el año 2006 por un grupo de comunicadores y artistas visuales. Entre sus películas se encuentran *“El vuelco del Cangrejo”* (2010), *“La Sirga”* (2012), *“Los hongos”* (2014), *“Siembra”* (2016), *“Epifanía”* (2016).

Ilustración 4. Logo Contravía Films



- **64A Films** es una productora que se dedica a la realización de piezas cinematográficas y servicios de producción; adicional a ello, realiza contenidos para televisión y publicidad. Sus principales productores son Diego F. Ramírez y Nancy Fernández. Y aunque actualmente cuentan con su sede comercial en Bogotá, Colombia, su empresa sigue estando radicada en Cali*. Sus películas son: *“Perro come perro”* (2008), *“Todos tus muertos”* (2011) *“Uno, la historia de un gol”* (2010), *“180 segundos”* (2012), *“Ciudad delirio”* (2014) y *“Fragmentos de amor”* (2016).

Sus servicios de producción, han permitido el rodaje de películas en país, como lo son: *Carteristas* (USA), *Blunt Force Trauma* (USA), *Au nom du fils* (Francia), *Blanca* (España)

Ilustración 5. Logo 64A Films



* Afirma Nancy Fernández en entrevista, ver anexos.

- **Cine de amigos**, productora cinematográfica que cuenta con el largometraje “Destinos” (2016).

Ilustración 6. Logo de Cine de amigos



- **Making Docs**, productora especializada en cine documental creada en 2005. Entre sus producciones se encuentran “Juntas” (2014) y “Marimbula” (2016), esta productora se ha destacado por su trabajo de formación en el diplomado documental, en conjunto con la Universidad del Valle.

Ilustración 7. Logo de Making Docs



La ciudad cuenta con un auge importante en el tema de animación, para el año 2016, se encontraban en la última etapa de posproducción dos largometrajes animados. El primero, “El libro de Lila” a cargo de Fosfenos Media, y “Pixi post”, película española coproducida por la empresa caleña Planet 141; es importante tener en cuenta que para la fecha, se están gestando tres proyectos de animación adicionales en la ciudad que se encuentran en etapa de desarrollo, preproducción

y producción, el primero es “El padre, el hijo y el Espíritu Santo” de Juan Manuel Acuña, producido por la Universidad Autónoma de Occidente, como parte del semillero estudiantil de la misma universidad, y los otros dos son “Len y el canto de las ballenas” de Zunzu, y “Canchimalo, guerrero marimba” de Cinespina, en colaboración con Planet 141.

- **Fosfenos media**, con doce años de experiencia en animación en Santiago de Cali, cuenta con la serie “Guillermína y Candelario” que actualmente se encuentra en la cuarta temporada; y con un largometraje animado en etapa de distribución “El libro de Lila”, dirigido por Marcela Rincón y producido por Maritza Rincón.

Ilustración 8. Logo de Fosfenos media



- **Planet 141**, fundada por Marcial Quiñonez, empresa de realización y modelado en 3D, en donde se han gestado diferentes proyectos televisivos. Realizaron como coproductores “Pixi post”, estrenada en diciembre 2016 en España.

Ilustración 9. Logo de Planet 141



Entre diferentes producciones realizadas en la ciudad, se destaca la labor de Luis Ospina, quien cuenta con películas realizadas antes de la ley de cine, como lo son: “Pura Sangre” (1982), “Andrés Caicedo: unos pocos buenos amigos” (1986), “Antonio María Valencia: música en cámara” (1987), “Nuestra Película” (1993), “Mucho gusto” (1997), “Soplo de vida” (1999), “La desazón suprema: retrato incesante de Fernando Vallejo” (2003). Y películas que contaron con subvención como: “Un tigre de papel” (2007), y “Todo comenzó por el fin” (2016).

Con base en lo anterior y reconociendo un repertorio relativamente amplio de las productoras cinematográficas en Cali, se realizó la selección una serie de películas caleñas que sirvieron como base para el análisis. A continuación, se relaciona la lista de películas. Véase *cuadro 2 (Ver cuadro completo en anexos)*.

Cuadro 02. Listado de películas

AÑO DE ESTRENO	PELÍCULA	TIPO	NÚMERO DE ESPECTADORES	CASA PRODUCTORA	DIRECTOR	PRODUCTOR COLOMBIANO
2003	La desazón suprema	Documental	*No estrenada en salas de cine	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina
2004	El Rey	Ficción	373.000	Fundación imagen latina	Antonio Dorado	Alberto Dorado
2008	Yo soy otro	Ficción	6.385	Fundación Enic Producciones	Oscar Campo	Alina Hleap, Maritza Rincón
2008	Perro Come Perro	Ficción	295.681	Antorcha Films - 64A- Films	Carlos Moreno	Diego F. Ramírez - Jhonny Hendrix
2008	Un tigre de papel	Documental	*No estrenada en salas de cine	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina
2010	Uno, La historia de un gol	Documental	NO APLICA	64A- Films	Carlos Moreno	Diego F. Ramírez
2010	El Vuelco del Cangrejo	Ficción	24.624	Contravía Films	Oscar Ruiz Navia	Diana Bustamante – Gerylee Polanco – Guillaume de Seille – Oscar Ruiz Navia
2011	En coma	Ficción	174,342	Antorcha Films	Henry Rivero, Juan David Restrepo	Diego F. Ramírez, Jhonny Hendrix
2011	Todos tus muertos	Ficción	37.275	64A Films	Carlos Moreno	Diego F. Ramírez
2012	Chocó	Ficción	31.959	Antorcha Films	Jhonny	Jhonny Hendrix

Cuadro 2. (Continuación)

					Hendrix	
2012	180 Segundos	Ficción	160.448	64A Films	Alexander Giraldo	Diego F. Ramírez
2012	La Sirga	Ficción	21.555	Contravía Films	William Vega	Oscar Ruiz Navia
2012	Apaporis, secretos de la selva	Documental	45.007	Fundación imagen Latina	Antonio Dorado	Antonio Dorado - Alberto Dorado
2013	Amores peligrosos	Ficción	46.645	Fundación imagen Latina	Antonio Dorado	Antonio Dorado
2014	Ciudad delirio	Ficción	298.939	64A Films	Chus Gutierrez (España)	Nancy Fernández
2014	Anina	Animación	11.859	Antorcha Films	Alfredo Soderguit	Jhonny Hendrix
2014	Los Hongos	Ficción	9.833	Contravía Films	Óscar Ruiz Navia	Gerylee Polanco Uribe – Diana Bustamante – Óscar Ruiz Navia
2014	Juntas	Documental	*No estrenada en salas de cine	Making Docs	Laura Martínez y Nadina Marquisio	Diana Kuellar
2014	Petecuy	Ficción	4.862	Fundación Pandebonium	Oscar Hincapié Mahecha	Paola Burgos
2014	Deshora	Ficción	1.600	Antorcha Films	Bárbara Sarasola Day	Jhonny Hendrix
2015	La Sargento Matacho	Ficción	*No estrenada en salas de cine	Fundación Enic Producciones	William González	Alina Hleap

Cuadro 2. (Continuación)

2016	Matachindé	Documental	175	Colectivo MEJODA	Víctor Palacios	Víctor Palacios
2016	Siembra	Ficción	5.340	Contravía Films	Ángela Osorio - Santiago Lozano	Gerylee Polanco Uribe – Óscar Ruiz Navia – Ángela Osorio – Santiago Lozano
2016	Destinos	Ficción	5.600	Cine de amigos	Alexander Giraldo	Ana Sofía Osorio
2016	Saudó laberinto de almas	Ficción	20.400	Antorcha Films	Jhonny Hendrix	Jhonny Hendrix - Claudia Arango
2016	Todo comenzó por el fin	Documental	7.790	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina
2016	Fragmentos de amor	Ficción	18.800	64A Films	Fernando Vallejo	Laura Duque - Diego F. Ramírez
2016	Marimbula	Documental	*No estrenada en salas de cine	Making Docs	Diana Kuellar	Diana Kuellar
2016	Epifanía	Experimental	*Finalizadas sin estreno comercial	Contravía Films	Óscar Ruiz Navia – Anna Eborn	Gerylee Polanco Uribe – Oscar Ruiz Navia
2016	El libro de Lila	Animación	*Finalizadas sin estreno comercial	Fosfenos media	Marcela Rincón	Maritza Rincón
2016	Pixi Post	Animación	*Finalizadas sin estreno comercial	Planet 141	Gorka Sesma	Marcial Quiñonez

Con relación a las películas enlistadas en la tabla 6, podemos identificar:

De las películas producidas en el periodo 2003 a 2015 se estrenaron en salas de cine:

En primer lugar, 14 películas de ficción.

- 1 película Documental

- 1 película animación

- Los años 2014 y 2016 tuvieron gran auge en cuanto a la realización de películas.

- Se finalizaron 2 películas de animación en la ciudad en el 2016.

- En lo que se refiere al número de espectadores, no es posible identificar una predominancia por género. Los primeros años las películas de ficción atraían un mayor número de espectadores, pero Apaporis es un caso de documental estrenado en salas de cine que consiguió más de 45.000 espectadores, en comparación, por ejemplo, con Los Hongos (ficción), que tuvo 9.833 espectadores.

- De los 196 largometrajes estrenados en el país entre 2003 y 2015, realizados por productoras caleñas, se estrenaron 16 filmes.

- El cine local ha representado únicamente el 8,16% de la producción frente al cine nacional, y aunque no parece ser una cifra alentadora, Cali es la segunda ciudad en el país con mayor cantidad de producción cinematográfica en el periodo analizado.

- **Fenómeno de realizadores caleños en el cine nacional**

En el imaginario común, se destaca la cinematografía caleña como una de las más grandes, y aunque este imaginario es contrarrestado con las cifras, debe hacerse una excepción si se tiene en cuenta todo el personal técnico y artístico que compone la cinematografía nacional, pues muchos han nacido en la ciudad de Cali

y han migrado, siendo gestores de grandes proyectos en el país. Si bien este tipo de perfiles no fueron nuestro objeto de estudio, vale añadir un apartado para sentar el aporte al “boom caleño” que repercute a nivel nacional.

Estos actores han emigrado a otras ciudades u otros países por falta de oportunidades en el sector, han contribuido con el alto nombre de la ciudad en el medio nacional.

Directores caleños han sobresalido a nivel nacional, como es el caso de:

- Andi Baiz, con películas como Satanás, La cara oculta y Roa, galardonadas a nivel internacional. Es también director de la serie original de Netflix “Narcos”, rodada en el país con el amparo de la ley 1556, que ha aportado cifras significativas a la economía nacional.
- Carlos Moreno, director caleño de películas como Perro come Perro y Todos tus Muertos, es director también de películas como el Cartel de los Sapos y Que viva la Música, realizadas por casas productoras registradas en Bogotá. Además dirige diversas series televisivas, y series web como lo son Entre Panas Póker y Blanca para Canal Plus.
- César Acevedo, Comunicador Social y Periodista egresado de la Universidad del Valle, fue el ganador de la primera Cámara de Oro para el país, en el Festival Internacional de Cine de Cannes, con su película la Tierra y la Sombra, la cual dirigió. Fue también renombrada en festivales de talla mundial como lo son el Festival de Cine de Rotterdam y el Festival de Cine de San Sebastián.

Otros directores destacados son Jorge Navas, director de películas como Calicalabozo, La Sangre y la Lluvia y Buenaventura Mon Amour. Juan Sebastián Valencia (Poker), Colbert García (Silencio en el Paraíso, La justa medida), Simón Brand (Paraíso travel), Viviana Gómez (Keyla) y otros tantos nacidos en Cali que formaron sus productoras en la capital (trabajando como técnicos o en diferentes cargos en la producción).

Hay productores que han centralizado su trabajo en la ciudad de Bogotá, como lo es Clara María Ochoa, con CMO Producciones, productora que ha conseguido realizar gran número de películas como Soñar no Cuesta Nada, Esto huele mal, Del amor y Otros Demonios, Como el Gato y el Ratón, Siempre Viva, entre otras. Y telenovelas como La niña, Regreso a la Guaca, entre otras.

Rodrigo Guerrero, es productor colombiano y fue uno de los socios fundadores de la productora de cine y televisión Dynamo, que cuenta con películas como Satanás, María Llena Eres de Gracia, Malcriados, entre otras, además de ser una de las empresas más activas del país en la oferta de servicios cinematográficos con películas que se ha rodado amparadas por la ley 1556: The boy, Los 33, etc, y la serie original de Netflix Narcos. Hoy en día Rodrigo Guerrero es CEO de Ítaca films, en Colombia, responsables junto a Dynamo del “El cartel de los sapos” “Que viva la música”, entre otras.

Otros productores que han sido reconocidos a nivel nacional son Victoria Idrobo (La Sangre y la Lluvia), y Paola Pérez Nieto (Violencia, La Tierra y la Sombra, Los pasos del agua).

Otros importantes cargos en el país han sido casos como los de Andrés Porras, montajista en Silencio en el paraíso, Todos tus muertos, 180 segundos, La justa medida, El último aliento, Detective Marañón, Parador húngaro, Destinos, Pariente, entre otros.

César Salazar, realizó sonido directo de más de 50 películas colombianas entre las que se destacan Que viva la música, La sirga, Tierra en la Lengua;

Directores de fotografía como Juan Carlos Gil, acreedor del Premio el Kikito de Oro como Mejor Director de Fotografía en el Festival de Cine de Gramado 2008 en Brasil con la película Perro come Perro. Entre sus películas se encuentran Saudó y Tierra en la Lengua, entre otros.

Diego Jiménez que recibió el premio a mejor Fotografía en la Competencia Internacional Dramática del Festival de Sundance 2011 y fue director de fotografía de Ciudad Delirio y Siempre Viva;

Entre productores, directores, actores, personal técnico, profesionales y administrativos del sector, son quienes han construido a la formación del “boom caleño”. Inclusive caleños que ocupan cargos importantes en el Ministerio de Cultura, como lo son Mariana Garcés Córdoba, Ministra de cultura, y Adelfa Martínez, Directora de Cinematografía, dejando una huella en la producción nacional, y dando visibilidad a la cinematografía local y a nivel nacional.

Promoción del Valle como locación cinematográfica. A la fecha se encuentra en desarrollo un proyecto para la realización de la Comisión Fílmica de Santiago de Cali, que tiene como objetivo principal hacer del Valle del Cauca una locación predilecta para el rodaje, ofreciendo además de la variedad de locaciones que se encuentran en el departamento, incentivos monetarios adicionales a los que ofrece la ley 1556, los cuales buscan apoyar también a los productores locales, para facilitar la realización de sus proyectos, y ofrecer locaciones y personal calificado para sus rodajes, y formación bilingüe para el sector.

En la comisión fílmica para el Valle del Cauca, tanto el sector público, como los realizadores y empresas de servicio, aportarán para el correcto funcionamiento de esta. Se realizará formación de público, para ser líderes del cine nacional, de hecho, siempre hemos sido los líderes, pero la gente ha migrado por falta de oportunidades⁸² *.

Sostenibilidad de las productoras. _Si bien no es algo nuevo que las empresas de producción cinematográfica deben diversificar su portafolio de trabajo para obtener mayores ingresos que permitan la sostenibilidad de sus empresas y la continuidad de sus proyectos audiovisuales, encontramos casos particulares en los que observamos que algunas productoras pasaron de tener servicios abiertos a terceros (realización de comerciales, animación, o institucionales) a consolidarse como una empresa únicamente de realización cinematográfica.

Fosfenos habría prestado servicios a terceros entre los años, 2007 y 2010, Antorcha films entre 2005 a 2008, pero concentraron su trabajo en la formación cinematográfica, y hoy en día dan sostenibilidad a sus procesos a partir de los proyectos en desarrollo, las convocatorias a las que aplican, los dineros obtenidos de fondos que adquieren y las regalías de películas anteriores.

“Vivimos a partir de los salarios que fijamos o ponemos en cada película, y se paga por cada proyecto que llega a la empresa. Entonces la única garantía que nosotros tenemos es tener buenos proyectos, hacer un trabajo arduo de financiación y en la medida que eso ocurra, nos pagamos sueldos”

- Jhonny Hendrix

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Alina Hleap - Anexos

“Uno necesariamente tiene que estar moviendo por ahí 4 proyectos al tiempo, eso significa que mientras unos están en escritura, otros ya están en concurso, otros seguramente puedan estar obteniendo ya recursos y es un modelo financiado a través de proyectos... Entonces con los recursos que se consiguen a través de estos, uno va manteniendo la operación de la empresa y va a armando los equipos que hacen posible esos proyectos”

- Maritza Rincón

Contravía Films inició en un principio atendiendo solamente el sector cinematográfico y la exploración de un lenguaje audiovisual propio, creando cine autoral, para la sostenibilidad de la empresa asegura Gerylee Polanco, productora:

“Es un ejercicio de irlo testeando cada mes, y una buena parte viene de los proyectos en cada una de las etapas, entonces siempre de los presupuestos hay unos recursos que se destinan para ayudar a solventar los gastos mínimos de tener una oficina, de pagar un contador, y una buena parte viene de los mismos desarrollos de cada proyecto”

- Gerylee Polanco

Para el 2017, Contravía Films abre una nueva línea de trabajo dedicada a la realización de comerciales, contenido digital, series web, producción de cine y televisión, llamada Casandra, diversificando así sus servicios.

64A Films entendió que, su modelo de financiación se basaría en ampliar su portafolio de servicios, realizando comerciales de televisión, Inbound marketing, y servicios de producción amparados por la ley 1556, además de contar con un equipo especializado en ventas de sus servicios alrededor del país, aun así, se mantuvieron los proyectos cinematográficos en diferentes fases de producción, algunos de ellos proyectados con el objetivo de obtener un número considerable de taquilla, y otros para obtener apariciones en diferentes festivales.

“Decidimos que si queríamos darle continuidad a la empresa teníamos que diversificar el portafolio”

- Nancy Fernández

El caso de Planet 141, es una empresa que viene del campo de animación, realizando comerciales para televisión y videos promocionales. Gracias a proyectos cinematográficos que se han venido gestando en la ciudad, esta empresa ha logrado vincularse a la realización cinematográfica y ha abierto puertas para desarrollar seriados y producciones más grandes.

Productoras como Fundación Imagen Latina, Enic Producciones y Cine de Amigos, son empresas que se crean y operan gracias a proyectos específicos que requieren una figura productora.

“Yo no vivo del cine, el cine vive de mi salario y de mi tiempo” asegura Antonio Dorado, quien no busca mantener su empresa con un flujo de trabajo, más que sus proyectos personales a los que le invierte sus horas libres. Por otro lado, Alina Hleap asegura que podría realizar diferentes tipos de trabajos para darle rentabilidad a su empresa, pero no logra hacerlo, porque está endeudada con la película “La Sargento Matacho”, así que sus esfuerzos son para pagar los dineros que tiene pendiente por cancelar.

Making Docs tuvo una temporada en la que realizaba proyectos continuamente, pero desde la partida fuera del país de Diana Kuellar, han adoptado un modelo de producción de acuerdo a cada proyecto que vayan a desarrollar.

De acuerdo a su concepción de la industria, cada empresa ha decidido desarrollar su estrategia de sostenimiento. Según los aspectos mencionados anteriormente que entran en juego.

Cada productora ha desarrollado desde su concepción, un perfil que se ajusta a sus producciones, por ejemplo, el caso de Contravia Films, que desarrolla cine de autor, basando la financiación de sus películas a través de becas internacionales, Antorcha Films y 64A Films tienen un perfil híbrido, ha realizado proyectos pensados desde un aspecto comercial financiado por inversionistas en su mayoría, pero también cine autoral.

Teniendo en cuenta estos aspectos, recopilamos experiencias de los productores caleños:

Hay películas que se hacen con un objetivo comercial, estilo “Perro come perro” y “Ciudad Delirio”, y nosotros durante el proceso de desarrollo y producción tenemos unos honorarios que aportan a la caja de la empresa, pero luego cuando se explota comercialmente, una vez que nuestros inversionistas recuperan, nosotros

comenzamos a recuperar, pero hay otras películas que se hacen con el fin de obtener posicionamiento y son rentabilidades válidas para la empresa.”*

La única garantía que nosotros tenemos es tener buenos proyectos, hacer un trabajo arduo de financiación y en la medida que eso ocurra, nos pagamos sueldos. Es matemática pura, si trabajas tienes, si no trabajas no tienes.”*

También depende, porque digamos que con las primeras películas que hicimos, de pronto las ganancias económicas no fueron tan grandes, pero ganamos de otras formas, o sea, darnos a conocer, más de posicionamiento... entonces, digamos que ganar es muy relativo, en el sentido de que, no es solamente la plata, el cheque, sino que tú puedes ganar de otras formas, y también el hecho de poder tener continuidad.*

Te demoras 5 años haciendo una película, y a menos de que tengas varios proyectos en paralelo, pero es muy complicado sacar ya adelante una sola película como para hacer eso, hay gente que lo logra y productores ya más industriales que de pronto, pero no creo que hacer documental se logre eso.”*

En general, las productoras caleñas se apalancan con los diferentes proyectos que vienen desarrollando y con las alianzas con otras empresas productoras. Las ganancias que van apareciendo a lo largo de los años, de películas pasadas con ventas para televisión, VOD, PPV, se utilizan para solventar gastos de oficina y permitir la continuidad de los procesos, esto económicamente hablando.

4.2.2 Las películas

Financiación de las películas. Para la financiación de las películas, hay que tener en cuenta el valor del presupuesto en cada una de sus etapas y considerar, adicional a ello, gastos generales de oficina y promoción. La mayoría de

* FERNÁNDEZ, Nancy. Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Nancy Fernández. Anexos

* HENDRIX, Jhonny. Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Jhonny Hendrix. Anexos

* RUÍZ Navia, Oscar. Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Oscar Ruíz Navia. Anexos

* KUELLAR, Diana. Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Diana Kuellar. Anexos

productores entrevistados coincidieron en que los modelos de producción por película consisten en dividir el presupuesto por etapas, e ir financiando de a una o dos de ellas a través de los fondos de financiación, ley de cine, patrocinios, y/o canjes.

“La financiación se va dando por etapas, es muy difícil que uno cuente con todo el recurso para hacer toda la película, entonces uno va fondeando cada etapa, en desarrollo financia uno la investigación y la escritura del guión, después la preproducción y rodaje que es la parte más gorda a nivel de presupuesto.”*

“En la medida en que un proyecto esté bien desarrollado, conseguir la financiación va a ser más rápido, a veces uno es muy testarudo en pensar que necesita ya la plata, cuando en realidad es mejor ir suave, etapa por etapa.”*

Una de las etapas más importantes, es la de desarrollo, pues en ésta es donde se gestan las relaciones con coproductores se envían a los certámenes y mercados donde puedan obtener financiación para estas películas, así mismo, se crean lazos y expectativas con diferentes programadores de festivales o inversionistas.

“Todas mis películas las he financiado antes de llegar a la preproducción, aunque en ocasiones, hay cosas que se quedan sueltas.”*

“Me ha tocado arrancar a rodar la película con la plata para esa fase no más, y se terminan los rodajes y quedo otra vez en ceros, me toca empezar a buscar la plata por otro lado.”*

Por otro lado, se encuentra el valor de marca que adquieren las productoras y su resonancia a nivel empresarial. Si una productora que trabaja con inversionistas logra conseguir un punto de equilibrio con sus películas o cierta ganancia, logrará seguir trabajando con ellos, porque saben que se les va a responder por el dinero a riesgo, e incluso se obtendrán ganancias. Consolidando así, aliados estratégicos, que se unirán a los diferentes procesos por afinidad en cuanto al estilo narrativo, estética, ideología, o ganancia económica.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Gerylee Polanco. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Oscar Ruiz Navia. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Jhonny Hendrix. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Oscar Ruiz Navia. Anexos

Lo primero que hay que hacer es quedar a paz y salvo con el inversionista o con los fondos que te hayan facilitado el dinero, después de que ya logras ese punto de equilibrio entonces ahora sí se empieza a obtener una ganancia real que es tanto tuya como del inversionista, y cuando digo tuya es del productor, de la producción de la película.*

La empresa privada tiene en general resistencia para la inversión en la cinematografía local, para lo que los productores afirman:

Un empresario quiere ganar, quiere saber que si apostó poniendo un dinero en tu película, la recuperación va a ser inmediata, es decir, si en seis meses no le podés dar devoluciones, no sirve, prefieren meter la plata entonces al banco, que les da mayor utilidad, eso es lo que piensa un empresario. Entonces normalmente cuando conseguís un inversionista, es porque es un enamorado del cine, es un enamorado del arte y quiere apostar por un proyecto, quiere ver su nombre en los créditos, pero difícilmente un inversionista pone dinero en una película por la Ley de Cine”*.

La verdad es que, todavía hay mucho desconocimiento, es un poco complicado porque mucha gente en Colombia no conoce la ley, entonces hay que primero trabajar a los asesores tributarios de las empresas para que por desconocimiento no se opongan, porque muchas veces la más fácil, es decir que no se puede y no se puede es porque no conocen, entonces salir de su área de confort no les gusta mucho; hay que hacer un trabajo de pedagogía y en eso estamos apoyando a la Dirección de Cinematografía, para lograr que hayan más empresarios en Colombia que conozcan de los beneficios de la ley, pero también es cierto que la realidad del país y las normas tributarias hacen que a la larga esos beneficios tributarios que son, para ahorro en impuestos, no sean muchos los que al final puedan usarlos.”*

“Hay películas que se le han ofrecido a muchos inversionistas, y no les han cumplido, entonces el mercado no está muy bueno, el mercado se ha dañado mucho por el incumplimiento de muchos de nosotros como realizadores.”*

En ese sentido, podría identificarse falta de educación financiera de los productores y la falta de confianza de los inversionistas nacionales. Estas alianzas inversionistas-productoras podrían dar paso a la creación de un plan financiero

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Jhonny Hendrix. Anexos

* HENDRIX, Íbid.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Nancy Fernández. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Alina Hleap - Anexos

viable para invertir, adicional a los beneficios tributarios ofrecidos por la Ley 814 de 2003.

Oscar Ruíz Navia, asegura al igual que Alina Hleap, lo que necesita la cinematografía nacional son oportunidades para realizar sus películas desde la región. Los realizadores que entrevistamos aseguran que, hay un talento especial en los caleños, y es por ello que el cine local repercute en el país, se entiende pues, que no es por la cantidad de cine que se realiza sino por la calidad del mismo, aunque “es muy paradójico, porque aquí hay mucho talento, pero la verdad, es que la industria del cine caleño es muy mala, aquí nos quedamos en la intelectualidad, que está muy buena, pero todos los responsables de la cuestión de producción, de gestión de financiación, les falta, les falta entender la vaina.”*

Estímulos Nacionales de producción cinematográfica. La producción de películas en la ciudad, ha contado con el apoyo gubernamental para su realización, desde lo nacional con el estímulo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico en sus diferentes categorías, descritas anteriormente, y regionales como El Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Valle del Cauca* que se uniría con la Secretaria de Cultura, para formar la Convocatoria Estímulos Cali.^{83*}

A continuación, presentamos la lista de películas estrenadas entre el 2003 – 2015 por productoras radicadas en Santiago de Cali, que han sido ganadoras de los estímulos por concurso del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y la respectiva categoría por la que han obtenido el beneficio:

➤ **Yo soy otro (Oscar Campo):** Desarrollo de Largometrajes (2004) y posproducción de Largometrajes (2006).

➤ **Perro come perro:** Desarrollo de Largometrajes (2004) y Posproducción de Largometraje (2007)

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Oscar Ruiz Navia. Anexos

* Ganadores Fondo Mixto de Promoción de la cultura y las artes del Valle del Cauca 2007: Yo soy Otro (Enic Producciones), El vuelco del Cangrejo (Contravía Films),

* Ganadores beca para desarrollo largometraje: Epifanía (Contravía Films), Libro de Lila (Fosfenos media)

- **El vuelco del cangrejo:** Posproducción de largometraje (2009)
- **En coma:** Producción de largometraje (2007)
- **Todos tus muertos.** Producción de largometraje (2009)
- **180 Segundos:** Posproducción de largometraje (2011)
- **La Sirga:** Escritura de guion (2009), Producción de largometraje (2010)
- **Apaporis:** Realización de documental (2005), posproducción de largometraje (2009)
- **Amores peligrosos:** Producción de largometraje (2007)
- **Ciudad Delirio:** Producción de largometraje (2013)
- **Anina:** Producción de largometraje (2010)
- **Los hongos:** Escritura de guion (2010), Producción de largometrajes (2011)
- **Deshora:** Producción de largometraje (2011)

Podemos analizar que, de las 16 películas caleñas estrenadas en el período de tiempo establecido, 13 de ellas contaron con un estímulo de producción del FDC.

Por otro lado, el FDC, exige un plan de financiación para sus convocatorias, esto con el fin de garantizar que el proyecto se realizará de la manera adecuada y los dineros que se destinen para determinada película no quedarán en el aire o se perderá el proyecto por falta de recursos. Es necesario también, contar con un plan de recuperación que permita visualizar las salidas de cada película, siendo muy realistas con el tipo de público que pueda verla y entendiendo la lógica del mercado en la que se verá expuesta.

Ganancia por taquilla. La negociación que realiza el distribuidor con la casa productora y el exhibidor también es clave, y se realiza dependiendo del catálogo de películas con las que éste cuenta, y con el dinero que se recaudará en taquilla.

“El productor comparte el valor bruto de la taquilla con el distribuidor y el exhibidor. Esta negociación es privada, pero podría aproximarse a un 40% para el productor. Otros gastos a su cargo son la cuota parafiscal, RETEICA, RETEFUENTE”.⁸⁴

Ejemplo:

Valor promedio de boleta año 2015 es de \$8.324

Valor productor (sin retenciones): \$3.329

Valor neto productor: \$2.413

“Cuando llega el primer día de lanzamiento de la película en cartelera, es cuando ya decís “fracasé, me hundí, morí”, pero al mismo tiempo hay películas que el primer fin de semana fracasan en taquilla pero les llega un boom internacional que mueve todos los cimientos”*

- Jhonny Hendrix

⁸⁴ KRIEGER, Sebastián. Ley de cine para inversionistas y donantes. Bogotá, 2005. pág. 15

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Jhonny Hendrix. Anexos

Las películas caleñas, resultan rentables en la medida que superan el punto de equilibrio, para dar paso a obtener pequeñas ganancias, y que se entienda el tipo de riesgo que cada una debe tomar, como es el caso de un inversionista que espera recuperar y ganar, o ir despacio, etapa por etapa, consiguiendo con fondos y subvenciones, lo que será el dinero total para pagar la película.

Estas películas realizadas en Cali, son generalmente películas con procesos propios en los que el autor narra desde su experiencia y sentir, donde se hace una película a partir de las motivaciones propias del realizador y es apoyado por un grupo de individuos que creen en el proyecto. Por lo regular, las producciones no pertenecen a un proceso industrializado en el que el guionista recibe una idea de película basada en estudios de mercado de un público al cual hay que satisfacerle ciertas necesidades, para posteriormente escribir sobre ello, y asignar un director y equipo que lo materialice, más por intereses económicos que por ideales propios.

Diríamos entonces que, la fórmula para que una película caleña supere su punto de equilibrio, sería conseguir subvención para cada una de sus etapas, ganar un fondo (no reembolsable), obtener donación e inversión privada con base a la ley de cine, tener fees de festivales, un comportamiento saludable en taquilla nacional, conseguir un buen distribuidor que permita ventas en territorio internacional y otras ventanas como lo son DVD, VOD, TV, o internet.

Para determinar si una película es rentable se necesita saber el costo de la misma y cuánto de ese dinero se debe devolver a diferentes fondos o inversionistas, las utilidades del estreno en Colombia y los posibles ingresos por ventas y/o distribución internacional, para saber si queda en deuda, si llega al punto de equilibrio o si logra tener utilidades. Por ser un tipo de información tan detallada, no es fácil tener acceso a ella, por lo cual, decidimos proponer los siguientes casos de estudio con base a información publicada en diferentes medios de comunicación.

Sin embargo, relacionamos dos casos de estudio, para identificar si estas películas llegaron al punto de equilibrio, basados en afirmaciones hechas públicamente por parte de los productores, y cifras encontradas en Cine en Cifras. *Cabe aclarar que es un análisis con información limitada y como parte del ejercicio académico.* El primero es la película Perro come Perro (64A Films), pensada con un fin comercial, y la segunda Los Hongos (Contravía Films) una película de autor.

A continuación, cifras encontradas para su análisis.

- **Caso de estudio 1: Perro come perro**

Según la afirmación hecha para el periódico El País, la película Perro come Perro costó un millón de dólares, lo que equivale a 2'100 millones de pesos*, esta contó con estímulos de producción por concurso del FDC, Desarrollo de largometraje \$25.000.000, Posproducción de largometraje \$120.000.000, además obtuvo el apoyo de 18 inversionistas y se emitieron 19 certificados de inversión aplicables a reducción de impuestos, ley 814 de 2003, por un valor total de \$2.678.837.367⁸⁵

Número de espectadores: 295.681

Valor promedio por boleta año 2008⁸⁶: \$9.197

Valor obtenido en taquilla neto: \$2'719.378.157

**Valor aproximado para el productor sobre valor total taquilla 40%:
\$1'087.751.262**

Concepto	Valor
Valor total película	\$2'100.000.000
Subvención	\$ 145.000.000
<hr/>	
Dinero a conseguir taquilla, fees festivales, DVD, ó VOD	\$1.955.000.000

* Valor dólar año 2004

⁸⁵ ZULUAGA, Sandra; REINA, Mauricio. Impacto del sector cinematográfico Colombiano, 2005, p4

⁸⁶ PROIMÁGENES COLOMBIA. [en línea] proimagenes Colombia [Consultado en línea mayo 17 2017]. Disponible en línea: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2015_fase1/espanol/img/02_005_cine-cifras.jpg

Dinero recaudado en taquilla perteneciente al productor **\$1'087.751.262**

Valor a conseguir en fees festivales, DVD, ó VOD para conseguir el punto de equilibrio, y pago a inversionistas. **\$ 867,248.738**

Se presenta un posible escenario de recuperación en donde por medio de festivales, DVD, VOD, etc. se consiguen los recursos para devolver a los inversionistas, sin embargo, quedan grandes dudas sobre los resultados económicos reales de esta producción que en su momento marcó un importante hito en la cinematografía nacional.

Sin embargo, este ejemplo es una de las posibles estrategias para conseguir el punto de equilibrio, pero hay que tener en cuenta que no todas las películas están pensadas para lograr el mismo rendimiento en taquilla, y sus costos de producción no siempre son tan altos. Es importante tener en cuenta la financiación por medio de fondos no reembolsables, ya sea para cada una de sus etapas, o acceder al estímulo integral, y en caso de tener inversionistas, la recuperación y ganancia para los mismos.

- **Caso de estudio 2: Los Hongos**

Es una producción de Contravía Films (71,1%) y Burning Blue de Colombia, en coproducción con Arizona Productions (Francia), Campo Cine (Argentina) y Una film (Alemania). Costo total de la película \$1'200.000.000

La película contó con dos premios del FDC, Escritura guión de largometraje \$20.000.000, y producción de largometraje de \$720.000.000 de pesos colombianos. Adicional a ello contó con un estímulo de desarrollo por parte de Ibermedia, gestionado por uno de los coproductores Burning Blue por 5.000 dólares.

Total espectadores: 9.833

Valor neto taquilla: \$87'394.917

Valor aproximado para el productor sobre valor total taquilla 40%: 34'957.966

Valor a conseguir 71,1% sobre valor total: \$853.200.000

Concepto	Valor
Porcentaje de coproducción mayorista a conseguir	\$ 853.200.000
Subvención	(\$ 720.000.000)
Dinero recibido en taquilla	<u>(\$ 34'957.966)</u>
Valor a conseguir por VOD, Fees de festivales, PPW	\$ 98.242.034

- **Podemos analizar de estos dos casos:**

- Perro come perro tuvo un perfil comercial y consiguió efectivamente un buen rendimiento en taquilla.

- Los hongos fue realizado con un fin autoral, financió sus etapas con becas, y en salas de cine, no necesitaba recuperar mayor cantidad de dinero para llegar al punto de equilibrio.

- Las coproducciones internacionales ayudan a financiar el proyecto por medio de convocatorias en los diferentes países, como fue el caso de Los Hongos, quién tuvo que conseguir un 71.1% del valor total.

- Según los datos conseguidos ninguna de las dos películas logró el punto de equilibrio, sin embargo, ambas productoras han realizado más producciones cinematográficas, lo que nos permite comprender que cada una de estas películas pagó sus deudas, y permitió que sus productoras dieran continuidad a sus procesos.

Como ciudad, es necesaria la creación de producciones continuas que fortalezcan la confianza inversionista – productor, *"sí se hacen más películas, hay más inversión y de todas maneras se está logrando obtener más dinero para el cine"**; deben garantizarse retornos seguros y grandes márgenes de ganancia.

Aunque el presente documento no intenta ahondar en la discusión sobre si el cine nacional debe construirse bajo una lógica de venta, es claro que, si se quiere contar con inversionistas y retorno seguro para ellos, debe garantizarse un número importante de espectadores, que permitirá una repercusión económica positiva, y le dará seguridad financiera a los inversionistas.

Desde esta perspectiva, y con base a las cifras analizadas y las entrevistas realizadas, se puede pensar que es necesario estudiar el mercado y entender sus lógicas para realizar productos cinematográficos taquilleros y así ofrecer un plan seguro de recuperación para inversionistas. Esta estrategia, puede ser tenida en cuenta para el caso de los productores que orientan su trabajo a la adquisición de recursos y a la comprensión de las lógicas de consumo.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Nancy Fernández. Anexos

Sin embargo, encontramos que, en su mayoría, los realizadores caleños están enfocados en realizar películas con un lenguaje más artístico, difícil de consolidarse en taquilla como lo hacen en su mayoría películas de los grandes estudios. Sus realizaciones se centran en desarrollar desde una perspectiva de las humanidades, el periodismo y las ciencias sociales, un lenguaje propio, en el cual el producto y su impacto a nivel social y en algunos casos lo artístico es más importante que las cifras. Entre tanto, otra pequeña parte de los productores se encuentran en la búsqueda y realización de producciones que respondan y aporten a la construcción de la industria cinematográfica.

- **Resonancia nacional e internacional.**

El cine caleño ha logrado estar en la vanguardia del cine nacional, no por la cantidad de películas o taquilla que se consiguen con ellas, como se ha mencionado anteriormente, sino por su calidad técnica y artística, y por esa constante búsqueda de un lenguaje que repercute a nivel nacional.

“Acá en Bogotá hablan de la “rosca” caleña, la rosca caleña se destaca, pero es porque hay una gran cantidad de personas que llegan del Valle y tienen características especiales, están haciendo cosas bien interesantes. Lo del Caliwood no es un mito, realmente sí sembraron, hubo unos precursores, pero además de esos precursores, las nuevas generaciones siguen contribuyendo, hay mucho talento en el Valle.”*

“Lo que es innegable es el talento caleño, que se resalta, en todos los campos, directores, guionistas, directores de foto, como actores, productores, y esto es lo que tenemos que explotar ahora con la comisión filmica, que la gente no emigre sino que la gente cree fuentes de empleo para que Cali siga siendo la meca del cine colombiano.”*

Es por ello que críticos y público en general, esperan que determinada productora o director realice su siguiente película, porque se sienten identificados con determinados tipos de narración; y es necesario que cada casa productora realice inversiones para obtener esa rentabilidad intangible.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Nancy Fernández. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Alina Hleap. Anexos

“Pones la película en tal festival, la gente ya quiere verla, digamos 20 más quieren mostrarla, entonces hay que hacer un trabajo de gestión muy importante, de posicionamiento, de relaciones.”*

“Ahora estamos enmarcados en un segundo proyecto, que vamos a hacer claramente con objetivos de posicionamiento de la empresa, no estamos pensando que nos vamos a hacer millonarios con esta película, millonarios en términos de dinero, pero sí nos va a dar rentabilidad en términos de posicionamiento, de marca de nuestra empresa, al estar presente con una película en festivales importantes”.*

“Hacer un documental es mucho más que hacer un documental, para mí es un pedazo de vida donde estoy ahí metida, no es solamente hacer una película, y por eso me gusta hacer documental, porque me gusta viajar porque me gusta interactuar con la gente”.*

Tanto personal como profesional e incluso a nivel institucional, una película aporta experiencia, ingresos y renombre.

“En otros términos, como experiencia de vida, experiencia laboral, y al campo cinematográfico, ahí sí puedo sentirme muy plena porque creo que ahí es donde realmente uno logra ver el alcance de lo que uno hace y la apuesta de lo que uno hace, y sentir que está siendo coherente con lo que quiere hacer. Entonces, en ese sentido las ganancias simbólicas son muy altas, reconfortantes tanto a nivel personal, como a nivel profesional”.*

Ha sido importante también la participación del cine local en diferentes festivales alrededor del mundo, a continuación, presentamos listado de las películas estudiadas y su incidencia en festivales alrededor del mundo.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Oscar Ruíz. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Nancy Fernández. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Diana Kuellar. Anexos

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Gerylee Polanco. Anexos

Tabla 7. Películas caleñas en salas de cine

AÑO	PELÍCULA	PREMIOS
2003	La desazón suprema	Mejor Documental, Distinción otorgada por Radio Francia Internacional Festival Encuentros de Cine de América Latina (Toulouse-Francia, 2003) Premio Nacional de Medios Audiovisuales, Ministerio de Cultura de Colombia Mención Festival de Cine y Video Latino de Toronto AluCine (Canadá) Premio de la Asociación de la Prensa de Cádiz, Cádiz.doc. 3ª Muestra Internacional del Documental Independiente (España) Premio al Mérito en Cine LASA – Latin American Studies Association (Brasil)
2004	El Rey	Premios Nacionales de Cine 2006: Premio del Público y Mejor Dirección de Arte. Círculo Precolombino de oro a la mejor película colombiana en el 21º Festival de Cine de Bogotá (Colombia) 2004.
2008	Yo soy otro	Premio al Mérito cinematográfico. Accolade Competition. Mención del jurado juvenil. Festival Internacional de Cine de Amiens (Francia).
2008	Perro Come Perro	Mejor Actor, Marlon Moreno. Festival Internacional de Cine de Guadalajara 2008 Mejor Director, Mejor Actuación a Marlon Moreno y Óscar Borda; Mejor Fotografía. Festival de Cine de Gramado (Brasil)
2008	Un tigre de papel	Mejor Documental latinoamericano. Cadena TeleSur. Encuentros del Otro Cine. (Ecuador) 2º lugar Mejor Documental. Encuentro Latinoamericano de Cine. Festival de Lima (Perú) Premio especial del jurado. Festival de Cine de Miami (USA)

Tabla 7. (Continuación)

2010	Uno, La historia de un gol	<p>Official selection - Miami Internacional Film Festival</p> <p>Official selection - Guadalajara Internacional Film Festival</p> <p>Official selection - Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias</p>
2010	El Vuelco del Cangrejo	<p>Premio de la Crítica Internacional Fipresci Festival de Cine de Berlin (Forum) 2010</p> <p>Mejor Nuevo Director Festival de Cine de Las Palmas 2010</p> <p>Premio Decouverte Festival de Cine de Tolouse 2010.</p>
2011	En coma	
2011	Todos tus muertos	<p>Mejor Fotografía, Competencia Internacional de Ficción, Sundance 2011 - Premio Especial Competencia Colombia al 100%</p> <p>51 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias –FICCI-, Colombia, 2011.</p>
2012	Chocó	<p>Festival de cine de Trinidad y Tobago (2012)</p> <p>Mención especial en la categoría Mejor Narrativa - Premio del Público, 52 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, 2012.</p>
2012	180 Segundos	<p>- Competencia Lexus Ibero OPERA PRIMA, Festival Internacional de Cine de Miami -MIFF-, EE.UU., 2012.</p> <p>- Colombia al 100%, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, Colombia, 2012.</p>
2012	La Sirga	Mejor Película Bratislava, Premio Especial del Jurado y Mejor Fotografía Lima

Tabla 7. (Continuación)

		<p>Mejor Director Valdivostock</p> <p>Premio de la Crítica Internacional Fipresci Mar del Plata</p>
2012	Apaporis, secretos de la selva	<p>Premios The Lift, Titra California y New Art Digital, Guadalajara Construye, XXIV Festival Internacional de Cine en Guadalajara, México, 2009.</p> <p>Premio Especial, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, 2011.</p> <p>Mención de honor, 28 Festival de Cine de Bogotá, 2011.</p> <p>Mejor documental profesional, 1er Festival de Video Ambiental (CVC).</p>
2013	Amores peligrosos	
2014	Ciudad delirio	- 54 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - Película inaugural.
2014	Anina	<p>Festival Internacional de Cine de Cartagena (Mejor Director)</p> <p>Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente BAFICI (Mejor película extranjera)</p> <p>Animamundi (Premio del público en la categoría Mejor largometraje infantil)</p> <p>Festival de Cine de Unasur (Mención Especial del Jurado)</p> <p>Festival de Cine Latinoamericano La Plata (Mejor película)</p>
2014	Los Hongos	<p>Premio Especial del Jurado, Cineastas del Presente</p> <p>Festival de Cine de Locarno, Premio Dioraphte</p> <p>Festival de Cine de Rotterdam, Mención Especial de la Sección Nuevas Olas</p>

Tabla 7. (Continuación)

		<p>Festival de Cine Europeo de Sevilla, Mejor Película Nacional</p> <p>Festival Internacional de Cine de Cali, Mejor actriz, Mejor Dirección, Mejor Montaje, Mejor Dirección de Arte</p> <p>Festival Internacional de Cine Paz con la Tierra (Costa Rica).</p>
2014	Juntas	
2014	Petecuy	<p>- Película inaugural, Gala Mundial por la Paz, en el marco de la semana de La Paz y la Reconciliación, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias –FICCI-, 2014.</p> <p>- Festival Internacional de Cine de Cali, Colombia, 2014.</p>
2014	Deshora	<p>India Catalina a Mejor Actor,</p> <p>Competencia Oficial Ficción, 53 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias –FICCI-, 2013.</p> <p>Mención de Honor, 8° Festival de Cine Latinoamericano de San Pablo, Brasil, 2013.</p> <p>Mención de Honor, Festival Bariloche Audiovisual, Argentina, 2013. Premio ópera prima, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales Argentina -I.N.C.A.A.-.</p>
2015	La sargento matacho	Mejor Actriz, Festival de Cine de Guayaquil, Ecuador, 2016.
2016	Siembra	<p>Premio de la Crítica independiente Bocalino</p> <p>Festival de cine de Locarno</p> <p>Mejor película Rec Tarragona Film Festival, España 2015</p> <p>Premio Especial del Jurado Cartagena Film Festival Colombia 2016</p>

Tabla 7. (Continuación)

		<p>GRAND PRIX Toulouse Film Festival, France 2016.</p> <p>Premio del Publico Novos Cinemas Galicia 2016.</p>
2016	Destinos	<p>Mejor Película Colombiana, VIII Festival Internacional de Cine de Santander (FICS), Colombia, 2016. Mención Especial del Jurado,</p> <p>Nuevo Festival de Cine de Cuenca, Ecuador, 2016 - Premio del Público, II Festival Internacional de Cine de Cúcuta - FICCU-, 2016.</p>
2016	Saudó laberinto de almas	<p>Foro de inversiones y sesiones de coproducción, Festival Internacional de Cine de Valdivia -FICV-, Chile, 2009.</p>
2016	Todo comenzó por el fin	<p>- Selección oficial TIFF DOCS, Toronto International Film Festival - TIFF -, Canadá, 2015.</p> <p>- Estrenos internacionales, Festival Internacional de Cine de Morelia, México, 2015.</p> <p>- Double shadows, Yamagata International Documentary Film Festival – YIDFF -, Japón, 2015.</p> <p>- Sección Autores, Festival Internacional de Cine de Mar del Plata, Argentina, 2015.</p> <p>- Neighboring Scenes: New Latin American Cinema, Film Society Lincoln Center, Estados Unidos, 2016.</p> <p>- Sesiones especiales, Punto de Vista, Festival Internacional de Cine Documental de Navarra, España, 2016.</p> <p>- Selección oficial documental y cine colombiano, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI -, 2016.</p> <p>- Special screenings and events, Cinéma du Réel, Festival</p>

Tabla 7. (Continuación)

		<p>International de Films Documentaires, Francia, 2016.</p> <p>- Cinefilias, Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente - BAFICI -, 2016.</p>
2016	Matachindé	<p>Mejor Documental Festival de Cine y Video de la Comuna 13 La Otra Historia (Colombia, 2014)</p> <p>Premio India Catalina Mejor Producción de TV Comunitaria Festival Internacional de Cine de Cartagena (Colombia, 2015)</p> <p>Mejor Documental Comunitario Festival de Cine Afro Ananse (Colombia, 2015)</p> <p>Mención de Honor Documental Nacional Festival Internacional de Cine Alternativo y Comunitario Ojo al Sancocho (Colombia, 2015)</p> <p>Premio Especial Moises Huentalafranja pueblos afrodescendientes Festival de Cine de los Pueblos Indígenas (Chile, 2016)</p>

4.3 RENTABILIDAD SIMBÓLICA DEL SECTOR CINEMATOGRAFICO EN SANTIAGO DE CALI

Para identificar aspectos concernientes a la rentabilidad simbólica o cultural del sector cinematográfico en Cali, fue necesario crear unas categorías en las cuales pudieran agruparse elementos relativos al impacto del cine en el desarrollo social local. Para ello, definimos dos: 1) el cine y el capital cultural. 2) el cine como práctica sociocultural.

4.3.1. El cine y el capital cultural. Hablar de capital cultural y su relación con el cine es clave, en tanto posibilita reconocer, por un lado, el impacto de éste en las prácticas de consumo cultural, y por otro, su incidencia en la relación con los públicos.

Si el capital cultural se entiende como un acumulado que le permite a los sujetos o clases sociales dar cuenta de ciertos saberes y conocimientos sobre determinadas prácticas culturales, estamos hablando de poder contemplar en la historia y el hacer del sector cinematográfico caleño un impacto en el imaginario del público que ve y se relaciona con el cine. En ese sentido, reconocemos que la trayectoria del cine local y su relación con la construcción de capital cultural de los caleños es amplia, si se identifican aspectos concernientes a los estados en que dicho capital puede estructurarse, que, según Bourdieu (1983) son: la objetivación, la institucionalización y la interiorización:

Objetivación. La objetivación está relacionada con la consideración, en este caso en particular, del cine como un bien cultural que se materializa en objeto, en materia susceptible de ser tratada e intercambiada de diversas formas. El cine como objeto que es utilizado por sujetos que lo objetivizan es, para el caso caleño, la forma en que se comercializan y distribuyen las películas.

Los bienes culturales adquieren sentido cuando, el sujeto los objetiviza y sus usos se diversifican en pro de garantizar el acceso a ellos cada vez más a un mayor número de personas.

Las salas de cine y el sector cinematográfico han ido transformado la manera en que se proyectan las películas, renovando los diferentes equipos y soportes. Para el caso del cine caleño, las películas se proyectaban en el 2003 en formatos de 35mm, compartiendo sus copias en las diferentes salas de la ciudad, de acuerdo a lo pactado con el distribuidor. Películas como el Rey, 180 segundos y Todos tus muertos se habrían presentado en 35mm, pero posteriormente este formato evolucionó a DCP, Digital Cinema Package, transición que comenzó para el caso del cine caleño, con la película La Sirga, que entregaría copias para proyección en 35mm y DCP. De ahí en adelante, las producciones se entregarían en este formato.

También se ha realizado el lanzamiento de DVD's originales de películas colombianas como Los hongos, Un tigre de papel, La Sirga, Chocó, En Coma, 180 Segundos, El vuelco del cangrejo, Perro come perro, El Rey.

Algunas de ellas, han conseguido estar en ventanas digitales. El vuelco del Cangrejo, Ciudad Delirio y Anina tuvieron aparición en Netflix, la cual está sujeta a contratos firmados con distribuidores nacionales o internacionales y plazos pactados con la ventana de exhibición.

La plataforma VOD Retina Latina, que reúne títulos latinoamericanos para su distribución de manera gratuita, o Mubi, que reúne 30 títulos al mes, son algunas en las que han estado disponibles películas como Los hongos, La Sirga, El Rey, entre otras. De igual manera, espacios en televisión como los de Señal Colombia o Canales Regionales, cuentan con un amplio repertorio de películas colombianas.

El cine, en sus distintos formatos, ha contribuido a que los caleños accedan a las producciones locales. Si bien es cierto que el factor dinero es un condicionante para dicho acceso, las cifras de consumo cultural para el 2014, indicaron un porcentaje de asistencia a cine a nivel nacional de 33,8% y nivel regional en el Pacífico de 31,7%.

Estas cifras demuestran que, si bien el cine como bien cultural genera espectadores en salas de cine, cabe reconocer otras prácticas como el consumo en hogares, centros culturales e instituciones educativas que dinamizan contenidos cinematográficos en distintos formatos, tanto legales como piratas. Respecto a los soportes piratas, es relevante tener en cuenta, que Colombia se ubica entre los 15 países con mayor índice de consumo de contenidos cinematográficos no legales, lo cual es un indicador tanto de las posibilidades de acceso de sus habitantes, así como de las estrategias de las que se valen los sujetos para consumir cine, incluyendo las producciones locales.

Institucionalización. En lo que respecta al capital cultural y su dimensión de institucionalización aplicada al cine local, podemos reconocer que existe toda una estructura y unos agentes sociales que se encargan de dinamizarla. Estas lógicas de la estructura y la agencia pueden entenderse como la manera en que se disponen contextos, instituciones y acciones concretas dedicadas al consumo de cine en la ciudad. En los capítulos anteriores, nos habíamos referido a la estructura del sector con base a la identificación de la cadena de valor, sin embargo, acá vale la pena resaltar la relación que se configura en torno al capital cultural entre instituciones y espectadores.

Para concebir entornos que faciliten la configuración de capital cultural, es necesario resaltar espacios de socialización como la familia o la escuela, sin embargo, nuestro interés se centró en identificar una oferta relativamente alta por parte de empresas dedicadas a la producción cinematográfica, las cuales le apuestan a la realización de productos que permitan, en efecto, consolidar un capital cultural en los espectadores que acceden a ellos.

Con base a lo anterior, nos parece relevante el rol de los productos como instituciones encargadas de mediar en la creación y circulación de contenidos que le faciliten a distintos tipos de espectadores, consolidar un capital cultural específicamente sobre producciones locales.

La estructura de cadena de valor aplicable a la cinematografía en Cali, cuenta con fases que se han fortalecido gracias a la demanda de la ciudad, como lo es el caso de las instituciones educativas que ofrecen con mayor frecuencia programas en formación para creadores audiovisuales y afines. Se reconoce, sin embargo, que los productores y distribuidores cuentan con limitaciones de financiación que impiden el crecimiento exponencial del sector, es por ello que se trabaja en la elaboración de nuevos fondos, y en la participación de estímulos y leyes que fomenten la creación.

Es evidente por el número de espectadores que posee una película colombiana en el país, que se debe fortalecer la relación entre el consumidor y el cine nacional, para ello, poco a poco, se han creado entidades y estrategias que promueven el acercamiento al cine a través de la consolidación de un pensamiento crítico fomentado desde la formación de públicos.

Interiorización. La interiorización referida al capital cultural, tiene que ver con las disposiciones duraderas de saberes que ciertos sujetos tienen en comparación con otros. La diferencia entre estas disposiciones sociales, determinan las brechas de desigualdad en lo que respecta a los acumulados culturales, es decir, la posibilidad de unos y de otros de adquirir conocimientos y hábitos específicamente en lo que respecta al consumo de cine.

Esta forma del capital cultural es difícil de evidenciar para el caso del cine local, pues no es posible determinar qué tan amplia es esa brecha entre quienes pueden acceder o no a cine. Se reconoce entonces que, si Cali es una de las ciudades con más altos índices de desigualdad, y que los estratos socioeconómicos que predominan son los 1, 2 y 3, el consumo de cine se tiende a centralizar en quienes tienen mejores condiciones económicas para hacerlo. Sin embargo, en los últimos años se han creado salas de cine en estos sectores en aras de llevar la misma oferta a precios mucho más asequibles para ellos. Por ejemplo, el Multiplex Río Cauca ubicado en el Distrito de Agua blanca e inaugurado en el 2009, se construyó con el ánimo crear escenarios de aprovechamiento del tiempo libre por medio de la cultura, así como la posibilidad de garantizar el acceso de las clases más bajas a bienes culturales, en este caso el cine y sus salas de exhibición, dispuestas con los estándares infraestructurales y de equipamiento iguales que las existentes en el resto del país.

En ese sentido, respecto a esta “imposibilidad” de acceder a cine local, reconocemos el trabajo de las productoras locales y de la administración local en disponer estrategias para la circulación de contenidos y la formación de públicos en los sectores de prioridad social. Casos como el de la proyección en parques de la ciudad, universidades, y la realización de talleres con niños, jóvenes y adultos en sectores de ladera y oriente, evidencian una necesidad de garantizar la construcción de un capital cultural a todas las poblaciones, independientemente de sus capacidades económicas para acceder o no al consumo de cine. Respecto al rol de estas estrategias y su impacto en el desarrollo social, nos referiremos en el punto siguiente.

4.3.2. El cine como práctica sociocultural. Hablar del cine como práctica sociocultural es concebirlo como una actividad que, en primer lugar, es agenciado por sujetos y por colectivos, y en segundo lugar, tiene un impacto en las dinámicas sociales y culturales de la vida en sociedad. En esa medida, aterrizando lo mencionado anteriormente, respecto al capital cultural y en aras de ir identificando elementos de la rentabilidad simbólica o cultural que puedan aplicarse al caso de la producción cinematográfica local, nos parece relevante mencionar cuál ha sido el aporte de esta con base a dos ejes: 1) la memoria e identidad local, y 2) la participación ciudadana y los derechos culturales.

Memoria e identidad local. El cine, por su naturaleza artística, establece diálogos a través del lenguaje con un público que construye percepciones sobre lo que ve. Las experiencias audiovisuales con las que se enfrenta el espectador, forman poco a poco criterios respecto a lo que quiere o no ver, y respecto al significado que adquiere lo que observa. El cine establece diálogos con sus espectadores conforme las narraciones se relacionan directamente con las emociones y experiencias de quien observa. Así, los espectadores van construyendo memorias colectivas sobre lo audiovisual y sobre el significado mismo de lo que se relata.

El primer paso para la consolidación de la memoria cultural con base en el cine, tiene que ver con el proceso propio de la producción para crear narraciones que logren suscitar conversaciones con el público que asiste a ellas, y así, seguidamente, consolidar un imaginario respecto a las mismas.

Bajo esa lógica, las producciones cinematográficas locales han ofrecido una serie de contenidos que nos permiten identificar la construcción de una relación funcional con la memoria, esto es, una apuesta por retratar y rescatar la historia local y regional desde sus diversas dimensiones, desde las múltiples miradas que demanda la realidad y desde los agentes sociales que la construyen.

El cine se declaró una expresión generadora de identidad social de indispensable protección, y había reconocido las dificultades históricas y estructurales de la producción nacional para ingresar en los grandes circuitos de divulgación⁸⁷.

⁸⁷ CASTELLANOS VALENZUELA, Gonzalo. Cine en Colombia: siéntalo, entiéndalo y hágalo. Bogotá: Pro imágenes en movimiento, 2006.

En ese sentido, podemos identificar que el cine local ha tenido incidencia tanto en los procesos de construcción de memoria histórica, como en los de identidad. Películas como el Rey, Apaporis, Amores peligrosos, La Sirga y La Sargento Matacho, nos hablan de procesos históricos locales y las trayectorias de los diversos actores sociales. Mientras tanto, producciones como Ciudad Delirio, Los hongos, Petecuy, el Vuelco del cangrejo y Chocó se centran más en retratar procesos ligados a la identidad local y a su transformación a lo largo del tiempo y el espacio.

El hecho de que el cine repercuta a nivel social y cultural en los procesos de producción y consumo, es relevante porque le permite a los espectadores crear relatos propios sobre su realidad con base a las lecturas que propone el lenguaje audiovisual, el cual opera como un testimonio de la historia y de identidad local.

Participación ciudadana y derechos culturales. La UNESCO reconoce las manifestaciones artísticas como derechos culturales que, por un lado, garantizan el desarrollo integral de las comunidades, y por otro lado, impulsan la economía creativa en torno a las industrias que las promueven. En cuanto a las industrias creativas, ya nos referimos de manera detallada en capítulos anteriores, sin embargo, en lo que se refiere al desarrollo social y participación ciudadana vale la pena identificar algunos elementos claves.

Las disposiciones legales como políticas y estímulos locales que se mencionaron en capítulos anteriores*, plantean un marco legal local en desarrollo que le apuesta a la promoción y divulgación de procesos relativos a la producción cinematográfica. De esta manera, reconocemos una industria local en torno al cine aún en construcción, pero con un panorama favorable, integrador de las necesidades tanto de los equipos creativos, como de los públicos que consumen cine (Coll, 2012).

Lo valioso de estas estrategias, es que están exaltando las posibilidades de participación de los consumidores, que a la vez configuran los procesos creativos de las productoras locales. Respecto a sus experiencias puntuales, podemos reconocer estrategias para el fomento de la participación ciudadana interesantes.

La primera de ellas, está relacionada con la apuesta por hacer llegar las películas a todo tipo de público, reconociendo su rentabilidad simbólica en términos de beneficios para el fortalecimiento de prácticas culturales. También lo es, en la

*. Ver apartado 4.1

medida que una película quede en el imaginario de muchas más personas, porque quizás impactaron su vida de alguna manera, bien sea por ser la primera película que llega a su comunidad o que ven en cine, o que los identifica por el contexto en el que se encuentran viviendo.

“Entonces si logramos hacer eso y no logró hacer taquilla, no significa que esa plata se perdió, significa que esa plata también fue a otros lugares, que divirtió otros espacios donde normalmente no había ese entretenimiento, nosotros hemos presentado nuestras películas en muchos lugares de muy pocos recursos económicos en donde la gente no tiene como ir a una sala de cine, y si no tiene como ir a una sala de cine, pero vamos y les ponemos una pantalla gigante. Vemos a estas madres cabeza de hogar un domingo con su hijo viendo una película, para mí, eso es un premio mucho mayor que dos millones de espectadores en taquilla, y por eso creo que sigo haciendo cine, porque si me quedara con la taquilla hace rato me habría pegado un tiro^{*}”.

Con base a lo anterior, se entiende que se han adelantado procesos específicos realizados en el marco de películas como *Perro come perro*, que tuvo proyecciones en zonas de ladera en el año 2009, apoyado por Tikal Producciones y la Asociación Centro Cultural la Red –ACCR-. Antorcha Films, por ejemplo, organiza proyecciones que en el marco de sus procesos de distribución, lleva el cine a comunidades que no tienen la capacidad para acceder a este. Hendrix, por ejemplo, asegura que con *Chocó* y *Anina* viajaron por algunas ciudades de Colombia presentando las películas en lugares donde no se cuenta con muchos recursos económicos y la gente no tiene como consumir cine, sobre todo de realizadores nacionales.

* Extracto de la entrevista realizada por las estudiantes a Jhonny Hendrix. Ver Anexos.

Fotografía 1. Proyecciones de Antorcha Films en espacios no convencionales



Fuente: Antorcha Films.2013

Otro de los espacios significativos es el Festival Internacional de Cine de Cali, en el cual se gesta la iniciativa de llevar el cine a la comunidad bajo el nombre de “Descentralizados y colectivos”, iniciativa aplicada desde el año 2013, en alianza con otros procesos de visibilización de cine en lugares no convencionales, impulsando producciones locales, entre ellas, películas de las productoras que hemos venido referenciando. En el marco de estos procesos, Tikal producciones, Cine al Parque y Cine pal Barrio se han consolidado como gestores y estrategias de inclusión social en torno al cine, creando espacios comunitarios para la participación y acceso a la cultural.

Fotografía 2. Proyecciones de FICCALI en espacios no convencionales



Fuente: Festival Internacional de Cine de Cali

La Sirga por otro lado, desde una iniciativa de Contravia Films con la distribuidora Cineplex, Black Velvet, Young Marketing y Media Streaming, se estrenó vía streaming un día antes de su lanzamiento en salas de cine. Esta iniciativa fue pionera en el país, logrando alcanzar un total de 50.000 espectadores conectados simultáneamente viendo la película⁸⁸.

⁸⁸ SEÑAL COLOMBIA, La sirga[en línea] senalcolombia [Consultado en línea 22, mayo, 2017] Disponible en línea: <http://www.senalcolombia.tv/cine/noticias/la-sirga-entre-la-niebla-y-la-guerra>

La segunda, está relacionada con las diversas formas de involucrar a las comunidades en la producción de una película. Algunas de ellas desarrollan un trabajo previo en los lugares y con las personas que van a participar como personal de apoyo. Otras emplean a diversas poblaciones en etapas y tareas específicas de la producción cinematográfica. Y otras, finalmente, realizan procesos posteriores a la producción, los cuales están más relacionados con la realización de talleres y proceso de distinto orden para la formación de públicos, buscando adelantar pequeños procesos pedagógicos en torno al lenguaje audiovisual y su rol en la vida social. En ese sentido, que el cine llegue a las comunidades menos privilegiadas o con acceso restringido a contenidos culturales, es una gran oportunidad, no tanto para garantizar distinción en un plano económico, sino para formar a poblaciones y sensibilizarlas respecto a otro tipo de prácticas culturales y contenidos estéticos.

Por ejemplo, Contravía Films ha vinculado a la comunidad en procesos de realización de películas como *El Vuelco del Cangrejo*, realizando el taller *Minutos cerca al mar*, con apoyo del Plan Nacional Audiovisual de Ministerio de Cultura en el año 2008. Este taller contempló aspectos relativos a la formación en producción y realización de filminutos con población de La Barra en el Pacífico Colombiano.

Fotografía 3. Taller Minutos cerca al Mar



Fuente: 23 Minutos cerca al Mar.2008

Tikal Producciones ha vinculado en sus proyectos audiovisuales talleres con la comunidad, construyendo relatos del entorno en una apuesta por identificar elementos que sean instrumentos para la convivencia en la diversidad. Y si bien Tikal Producciones no se contempló entre las productoras sobre las cuales sentamos el análisis, cabe resaltar sus procesos que ponen énfasis en el desarrollo comunitario. Adicional a ello, Eduardo Montenegro, líder de Tikal, ha participado en películas como *Siembra* o *Los Hongos* en las que ha sido productor de campo, facilitando procesos de articulación con las comunidades, a las cuales

incluso se han vinculado como actores naturales. Casos similares se identifican en películas como Los Hongos, El Vuelco del Cangrejo, Chocó, Petecuy, entre otras.

Otra forma de reconocer la importancia de participación de las comunidades, está relacionada con las bases de las convocatorias de Estímulos Cali y Estímulos del Ministerio de Cultura, que apoyan con becas hasta por 8 millones y 10 millones de pesos, los proyectos para la formación de público en la ciudad.

Respecto al tema de formación de públicos y la participación ciudadana, también se reconoce una asidua cultura cinéfila en Santiago de Cali que ha propiciado el acceso público al cine local, y que se ha materializado en diversos cineclubes que tienen lugar en Cali, entre los cuales se encuentran: Lugar a Dudas, el Colegio Hispanoamericano, el Cineclub Caligari de la Universidad de Valle, Cine al Parque en la Loma de la Cruz, el Museo la Tertulia, la Alianza Francesa de Cali, El Teatro del Presagio, Teatro la Máscara, y el Centro Cultural de Cali; reconocidos como los cineclubes con más trayectoria y posicionamiento en la ciudad. Este panorama evidencia un poco cómo los cineclubes se han constituido como espacios relevantes de exhibición y proyección, con el objetivo en enriquecer el sector cultural de la ciudad, fortalecer la formación cinematográfica del público y crear espacios de encuentro para los interesados en construir una cultura audiovisual.

Con base a todo lo anterior, se puede considerar que el sector cinematográfico local, no ha llevado a cabo un proceso de configuración únicamente con un objetivo meramente comercial, sino como un potenciador de la vida social, que, en un país y una ciudad como la nuestra, requiere mucha atención. En ese sentido, la rentabilidad social y cultural del cine es, en últimas, una manera de garantizar poco a poco el posicionamiento de la industria cinematográfica, como un ejercicio inverso que se realiza desde las comunidades hacia el comercio, y no viceversa.

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo de grado tomó como pregunta orientadora, qué tipo de aspectos concernientes a la rentabilidad pueden reconocerse en el quehacer de las productoras cinematográficas en Santiago de Cali, considerando su experiencia respecto a la producción de largometrajes realizados entre 2003 – 2015.

Como resultado, se indagó de qué manera incide el sector audiovisual dentro de las industrias culturales, el desarrollo del sector en la ciudad, y cómo podrían reconocerse elementos relacionados con la rentabilidad simbólica y cultural de las producciones cinematográficas caleñas.

Sector cinematográfico e industrias culturales. Según La Economía Creativa de John Howkins, las industrias culturales representaron para el año 2005, el 6,1% de la economía mundial. A su vez, en Colombia representó el 1,56% del PIB, mientras que en el año 2015 representó el 3,3%. El sector cinematográfico, sin ser uno de los principales aportantes a las IC en Colombia, ha incrementado su incidencia, no solo en dinero representado por distribución y exhibición de películas extranjeras, sino también por producción local, incrementando considerablemente sus cifras de 2005 a 2012, en un 155%.

Para entender de qué forma están organizadas las industrias culturales, es importante tener en cuenta la cadena de valor. Para el sector cinematográfico, en la ciudad, se encontró un desnivel en algunos de los componentes.

➤ **Formadores de talento humano:** Existen instituciones educativas que forman técnicos, tecnólogos y profesionales en cine y áreas afines. Encontramos una variedad de entidades que prestan este servicio, entre las especializadas en cine están la Universidad Autónoma de Occidente y la Escuela de Cine Digital y Artes Audiovisuales. Universidades como la Santiago de Cali, Javeriana y Universidad del Valle, tienen programas de formación de carreras afines. Además, se ofertan programas técnicos y tecnológicos dictados por el SENA y la Academia de Dibujo Profesional, que incluyen programas de producción audiovisual. Adicional a ello, se identificaron algunas instituciones en la ciudad que ofertan formación en maquillaje, diseño sonoro y fotografía.

Entre los años 2000 y 2011 se registraron 3.372 personas graduadas de carreras afines, y en promedio 5 universidades con programas afines y 2 institutos reconocidos con carreras relacionadas a la producción audiovisual.

- **Creadores de contenidos:** En la ciudad existen actores del sector que desarrollan labores artísticas, entre los cuales identificamos personas naturales y productoras cinematográficas encargadas de la producción de contenido.

Si bien existen más empresas y personas naturales que generan contenido, nos enfocamos en el trabajo de estas 9 productoras que concentran su trabajo en la creación de contenido propio, y tienen por lo menos a 2015 un largometraje estrenado, o en avanzado estado de posproducción. Las referentes en el presente trabajo fueron: Fundación Imagen Latina, Enic Producciones, Antorcha Films, Contravía Films, 64A Films, Cine de Amigos, Making Docs, Fosfenos Media y Planet 141, pues se reconoce una trayectoria e impacto en la ciudad con base a sus producciones que habla sobre la posibilidad e importancia de la existencia de empresas y proyectos dedicados a la creación cinematográfica.

- **Reguladores:** Entidades que regulan la realización cinematográfica en el país. A nivel nacional, pudimos identificar como principal regulador el Ministerio de Cultura, apoyado por el CNACC. A nivel departamental, contamos con el Consejo Departamental de Cine del Valle del Cauca, quien asesora y verifica la articulación de diferentes procesos relacionados con el desarrollo del sector en la región. A nivel local no existe un ente regulador, sin embargo, la Secretaría de Cultura municipal orienta algunas estrategias en torno a la producción cinematográfica local.

- **Productores:** Para el caso local y del presente proyecto, tomamos a los productores como creadores de contenido, en ese sentido, las empresas se encontraron las empresas mencionadas anteriormente. Esta homologación entre creadores y productores se hace con base a los diferentes estudios sobre la cadena de valor que se ha hecho en Cali, los cuales unifican creación con producción.

- **Financiadores:** La principal fuente de financiación para el sector cinematográfico en el país, se encuentra amparada por la Ley 814 de 2003, que cuenta con estímulos a través del Fondo de Desarrollo Cinematográfico en las diferentes modalidades como: Escritura de guion, Desarrollo, Producción, Posproducción, Exhibición, y Estímulo Integral. Y los beneficios tributarios que la Ley de Cine otorga a inversionistas o donantes de proyectos cinematográficos.

Adicional a esto, el Ministerio de Cultura y la Secretaría de Cultura de Santiago de Cali con su programa Estímulos, y el Fondo Mixto para la Promoción de las Artes y

la Cultura, cuentan con becas que varían entre producción y formación de público para el sector cinematográfico.

De igual manera, Colombia es uno de los países miembros del Fondo Ibermedia (Reembolsable) y de Doctv (No reembolsable) para documental, por lo cual gran parte de las producciones nacionales han obtenido recursos de estos fondos.

➤ **Distribuidores:** La ciudad no cuenta con una empresa productora propia, sin embargo, CineColombia, Cinecolor, Cineplex S.A., UIP, Babilla y Procinal, son las entidades que han estado al frente de esta labor en el país. En ocasiones, como fue el caso de la película Siembra, el productor mismo realiza la labor de distribución a nivel internacional.

➤ **Exhibidores:** Santiago de Cali tiene dentro de su circuito comercial 15.248 sillas repartidas en 87 salas de cine, dispuestas por exhibidores consolidados a nivel nacional e internacional como Cine Colombia, Royal Films, CineMark y Cinépolis.

Cuenta también con salas alternas como lo son La Cinemateca del Museo la Tertulia (300 sillas), festivales y cineclubes alrededor de la ciudad.

➤ **Formadores de Públicos:** El gobierno a nivel nacional cuenta con programas como Colombia de Película, el cual se centra en la formación de público en la ciudad. Algunas productoras locales han llegado a la comunidad en alianza con festivales de cine y video comunitario, con iniciativas como Cine pal Barrio y el Festival Internacional de Cine de Cali, que cuenta con pantallas alternas en la comunidad en el marco de su realización. El caso de “Tikal producciones” y su proceso de realización y formación con las comunidades, es otro ejemplo local de formación de públicos en torno al cine.

➤ **Consumidor:** Es el público responsable de las cifras obtenidas en taquilla para las diferentes películas, y espectadores del resultado de la cadena de valor.

Con base a los sectores descritos y el cumplimiento de cada uno de los elementos de la cadena de valor, se evidenció la existencia de una industria en proceso de desarrollo. En ese sentido, la industria local cinematográfica no cumple a cabalidad con la cadena de valor, encontrando, por ejemplo, empresas que

todavía han tenido que asumir roles y procesos que deberían ser liderados por entes especializados para ello.

Adicionalmente, esta industria en desarrollo arroja datos interesantes para la consideración de su crecimiento tales como:

- Durante el año 2013, el sector audiovisual aportó 335 empleos directos.
- En la ciudad se censaron en el 2015, 4.859 artistas, de los cuales 522 son empresas organizadas y 11,8% están vinculados a actividades relacionadas con el sector cinematográfico.
- Para el 2013, el salario promedio de una persona que pertenece al sector audiovisual en Cali fue de \$1.450.000, y solamente el 24% de las personas cuentan con contrato laboral fijo.

Desarrollo del sector. Con respecto al desarrollo del sector a nivel nacional, hemos encontrado un incremento de las producciones nacionales. Gracias a las leyes colombianas que han sido aprobadas para el fortalecimiento del sector, se estrenaron 5 películas colombianas en el año 2003, y 36 en el 2015, esto evidencia el positivo impacto que la ley de cine ha tenido en la producción cinematográfica nacional de los últimos años.

Cabe resaltar que, a partir de la creación de la ley 814 de 2003, la Gobernación del Valle del Cauca y la Alcaldía, desde la Secretaría de Cultura, lanzaron becas de apoyo a la producción cinematográfica con el objetivo de contribuir con la producción en la ciudad. En el año 2006, se crea el Fondo Mixto para la Promoción de las Artes y la Cultura del Valle del Cauca, y en el 2012 la convocatoria Estímulos Cali de la Secretaría de Cultura.

Desde la aprobación de la Ley de Cine, se pudo evidenciar la consolidación de empresas cinematográficas en la ciudad, además de algunos grupos de creativos que se encontraban trabajando en producciones. Así nació una nueva generación de realizadores que buscaban la consecución de recursos para contar sus historias. En el periodo estudiado, pudimos constatar que se constituyeron 9 empresas productoras, que al 2015 tenían por lo menos un largometraje estrenado o en avanzado estado de posproducción, las cuales fueron responsables de la realización de 20 películas durante estos 12 años. Solo una persona natural lideró dos películas estrenadas en el periodo referido.

Las películas fueron:

Luis Ospina

- La desazón suprema (2003)
- Un tigre de papel (2008)

Fundación Imagen Latina

- El Rey (2004)
- Apaporis (2012)
- Amores peligrosos (2013)

Enic producciones

- Yo soy otro (2008)
- La Sargento Matacho (2015)

Antorcha Films

- Perro come perro (2008)
- Chocó (2012)
- Saudó (2016)
- En coma (2011)
- Anina (2014)

- Deshora (2014)

Contravía Films

- El vuelco del Cangrejo (2010)
- La Sirga (2012)
- Los hongos (2014)

64A Films

- Perro come perro (2008)
- Todos tus muertos (2011)
- Uno, la historia de un gol (2010)
- 180 segundos (2012)
- Ciudad delirio (2014)

Making Docs

- Juntas (2014)

Cine de amigos

- Destinos (2016)

Fosfenos media

- Libro de Lila (2016)

Planet 141

➤ Pixie Post (2016)

De las 196 películas estrenadas a nivel nacional, entre 2003 y 2015, el cine caleño representó el 8,16% del total de la producción nacional, es decir se estrenaron 17 películas, y de ellas, solamente 5 tuvieron más de 100mil espectadores en taquilla nacional

Tabla 8. Películas caleñas estrenadas entre 2003 y 2015

Año estreno	Película	# Espectadores	Estímulo FDC
2004	El Rey	373.000	No aplica
			-Desarrollo
2008	Yo soy otro	6.385	-Posproducción
2008	Perro Come Perro	295.681	-Desarrollo
2010	El Vuelco del Cangrejo	24.624	-Posproducción
2011	En coma	174,342	-Producción
2011	Todos tus muertos	37.275	-Producción
2012	Chocó	31.959	No aplica

Tabla 8. (Continuación)

2012	180 Segundos	160.448	-Posproducción
			-Guion
2012	La Sirga	21.555	-Producción
			-Realización
2012	Apaporis, secretos de la selva	45.007	-Posproducción
2013	Amores peligrosos	46.645	-Producción
2014	Ciudad delirio	298.939	-Producción
2014	Anina	11.859	-Producción
			-Guion
2014	Los Hongos	9.833	-Producción
2014	Petecuy	4.862	No aplica

La producción cinematográfica evidenció un crecimiento en la ciudad. Sin embargo, los reportes indicaron altibajos en este periodo, mostrando que el 2014 fue el mejor año para las películas caleñas, con 5 películas estrenadas en taquilla nacional.

De las 16 películas estrenadas en cine, 13 de ellas recibieron estímulo por parte del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. En esta medida, se demuestra que

la constancia de la realización de cine en la ciudad depende en gran medida del apoyo a través de subvenciones.

Se encontró, además, un aporte importante de personas nacidas en la ciudad que han realizado gran cantidad de películas alrededor del país, dejando huella e impacto en la cinematografía local. Aunque no fue nuestro objeto de estudio al realizar la investigación, encontramos directores, productores, sonidistas y fotógrafos nacidos en la ciudad y destacados a nivel nacional e internacional. Entre ellos se encuentran, por ejemplo, Andi Baiz, Carlos Moreno, Rodrigo Guerrero, César Acevedo, Juan Carlos Gil. Además, existen otras personas importantes nacidas en la ciudad, las cuales ocupan cargos directivos en el Ministerio de Cultura, como Mariana Garcés Córdoba (Ministra de Cultura) y Adelfa Martínez (Directora de Cinematografía).

De la misma manera, el cine caleño ha logrado una repercusión positiva en festivales de cine de talla internacional. Si bien estos caleños que no tienen sus productoras establecidas en la ciudad han obtenido reconocimientos importantes en la cinematografía mundial, las películas producidas locales también han logrado un buen reconocimiento a nivel internacional, por medio de festivales de primera categoría.

Por otro lado, la continuidad de la realización cinematográfica en la ciudad está vinculada a los procesos de sostenibilidad que son resultado de una búsqueda realizada por los productores para lograr mantener a sus empresas. Encontramos casos de empresas como Contravía Films, Antorcha Films y Fosfenos, que buscan trabajar en diferentes proyectos cinematográficos a la vez, con el fin de conseguir financiación en fondos nacionales o internacionales, para así permitir pagar honorarios al equipo de trabajo y gastos de oficina para su funcionamiento. 64A Films diversifica su portafolio por medio de servicios a terceros, servicios de producción amparados con la ley 1556 de 2012 y servicios publicitarios. En el caso de otras empresas como Enic Producciones, Imagen Latina, Cine de amigos y Making Docs, su nombre y proyectos están vigentes, pero no recurren en gastos de salarios fijos u oficinas para su ejecución.

Rentabilidad. Investigar sobre la rentabilidad económica de las productoras fue muy complejo, en primer lugar, porque representó explorar nociones que desconocíamos, y, en segundo lugar, porque la información sobre las películas que tomamos como base para el análisis no estaba completamente disponible. En ese sentido, consideramos listar algunas de las indagaciones que hallamos:

➤ No fue posible realizar un análisis completo sobre la rentabilidad de las producciones locales realizadas en el periodo de tiempo seleccionado, pero pudimos identificar una serie de aspectos a tener en cuenta en futuras investigaciones sobre la rentabilidad del sector: el valor total de la película, las subvenciones o fondos recibidos, el valor recaudado en taquilla, inversiones de apoyo al proyecto, *fees* festivos y ventas de DVD y VOD, y tiempo de recuperación del dinero invertido. En esa medida, la rentabilidad de las películas se encuentra vinculada principalmente a la utilidad o punto de equilibrio que logran las mismas, por el tipo de subvenciones a las que estas acceden y a la cantidad de espectadores que logran alcanzar en taquilla. Diríamos entonces que, una película podría superar su punto de equilibrio, y obtener ganancias, al adquirir subvenciones en las diferentes etapas de producción, la cuales permiten que el dinero recaudado por taquilla, *fees* de festivales, y ventas de DVD, VOD y televisión, obedezcan a una estrategia de ganancia.

➤ Si bien no se pudo analizar desde la rentabilidad el estado de la cinematografía local, se reconoce un aporte significativo del sector a la producción nacional.

➤ Para el caso de las productoras locales, se reconoce que en el proceso inicial de consolidación sus servicios son diversos, y algunas, conforme pasa el tiempo, se dedican exclusivamente a la producción de cine. Sin embargo, en el análisis sobre la sostenibilidad de las mismas, sugiere que dicha diversificación es clave para lograr una utilidad importante que garantice la continuidad de los diversos proyectos.

➤ En vista de que fue difícil reconocer elementos de la rentabilidad económica en el caso de las productoras locales seleccionadas, indagamos en la dimensión simbólica y cultural de la rentabilidad, respecto a la cual sí encontramos una serie de aspectos constitutivos claros que evidencian el impacto de la cinematografía en la ciudad. Estos se describen a continuación.

Rentabilidad simbólica y cultural. Para hablar de cine es necesario hablar de cultura, y de los beneficios más allá de lo económico que trae consigo la realización de una película. Para el caso de Cali, pudimos identificar elementos aplicables a los procesos que adelantan las productoras cinematográficas en la ciudad, como son la configuración de una memoria e identidad local y su aporte a

la construcción de capital cultural de distintos sectores de la ciudad, pero con un especial énfasis en las clases menos privilegiadas.

Cali cuenta con un avance importante en las labores que realizan las productoras en la ciudad, permitiendo el consumo cultural a todo tipo de público por medio de procesos importantes que adelantan las productoras estudiadas y colectivos como Tikal producciones, Cine al Parque, Cine pal Barrio, acompañados de la sección Descentralizado del Festival Internacional de Cine de Cali, que han consolidado estrategias de inclusión social en torno al cine, creando espacios de participación y acceso a la cultura.

Los diferentes entes gubernamentales han entendido que el acceso del cine es un dinamizador de la cultura en la ciudad, y por ello han abierto estímulos a la formación de público. Empresas como Contravía Films han accedido a estos estímulos para realizar talleres con la comunidad, que han servicio para realizar un proceso de acercamiento antes de iniciar un proceso cinematográfico en determinada locación.

Sin duda, el acceso al consumo de bienes culturales a través de festivales y cineclubes en la ciudad aporta a la formación de públicos y participación ciudadana. En ese sentido, adicional a las iniciativas de talleres audiovisuales de Takeshima, encontramos y resaltamos un aporte significativo de las películas como potenciadoras de la vida social. De esta forma, puede acercarse más a la comunidad, facilitando la formación de espectadores críticos y la participación de sectores históricamente excluidos, dando así, espacio a la construcción de una memoria cultural local a través de las producciones cinematográficas.

En la medida en que haya más proyectos y más fuentes de financiación, se podrán realizar mayores producciones que involucren más personal en la ciudad, busquen diferentes fines y se vaya haciendo el tránsito a un cine pensado más como industria, con mayor potencial comercial y mejores índices de rentabilidad económica. Todos los procesos toman años y seguramente en otros doce años, será otro el panorama del sector cinematográfico en la ciudad. Todo lo artístico, cultural y social toma tiempo, es difícil predecir cuántos años tomará la consolidación de una industria cinematográfica en la ciudad, o si la lograremos alcanzar, pero hay un importante terreno abonado que vale la pena cuidar.

6. RECURSOS

El presente trabajo de grado desde su naturaleza no representa un elevado presupuesto, enumeraremos a continuación recursos humanos y físicos requeridos para la construcción del documento.

6.1 RECURSOS HUMANOS

Investigadoras

- Daniela Obando Tobar
- María Paulina Escobar

Tutor de proyecto de grado:

- Maritza Rincón

Entrevistados

Jhonny Hendrix (Productor), Gerylee Polanco (Productor), Diana Kuellar (Productor), Alina Hleap (Productor), Maritza Rincón (Productor), Antonio Dorado (Director), Nancy Fernández (Productor), Oscar Ruiz Navia (Director), Andrés Cajigas (Productor), Marcial Quiñonez (Director).

6.2 MATERIALES

- Computador portatil PC Asus NJ56
- Disco duro 1TB 2
- Memorias USB (4GB)

- Fuentes bibliográficas (Libros, revistas, magazín)
- Filmografía
- Bitácora de investigación
- Libreta de apuntes
- Cámara Canon T3i 50mm
- Micrófono de solapa Sennheisser
- Impresora
- Papelería.

- **Financieros**
- Transporte
- Alimentación
- Compra de utensilios
- Fotocopias
- Llamadas telefónicas

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA Lara, Bibiana Paola. Análisis de las políticas de fomento del Cine en Colombia. Requisito para optar al título de Politóloga. Bogotá DC: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Ciencia Política y Gobierno, 2009. p.63.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialéctica del iluminismo. 1944. Alemania. 258p

ARAGÓN López, Ana María. Propuesta para el diseño de un modelo metodológico para el control de las variables críticas de la cadena de abastecimiento de la producción de cine en Colombia. Bogotá DC: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ingeniería, 2009. P. 126.

BOURDIEU, Pierre. Poder, derecho y clases sociales. Editorial Desclée De Brouwer, S.A., 2000. p. 136.

BORDWELL, David. El arte del mundo Cinematográfico, Editorial Paidós, 1995, Traducción Barcelona. p. 11.

CALVO, Máximo. María [película]. Producida por Valley Film Company. Colombia, 1922. 1 DVD, 180 minutos, blanco y negro.

CASTAÑEDA López, Liliana. Agentes del sector cinematográfico y la diversidad cultural en Colombia. [en línea] En: Revista: Comunicación y Sociedad 2011. [Consultado 02 de Enero de 2017] Disponible en línea: www.redalyc.com/articulo.oa?id=34615397007ER –

CASTELLANOS Valenzuela, Gonzalo. Cine en Colombia: siéntalo, entiéndalo y hágalo. Bogotá: Pro imágenes en movimiento, 2006.

CICCHETTI, Charles; PEALE, W.B ; BOEDEKER, Stefan; DUBIN, Jeffrey; TRUITT. Jeff The economic consequence of independent film making. 1995.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 397. (07 de agosto, 1997). Por lo cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. En: Alcaldía mayor, Bogotá. 07, agosto, 1997.

----- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 814 (2, julio, 2003) Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237

----- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1262 (2008) Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. DIARIO OFICIAL No. 45.237

----- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1556 DE 2012. (Julio 9). Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas. . DIARIO OFICIAL No. 45.237

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). Creative Economy Report 2010. Naciones Unidas, 2010. p. 8

Diccionario Cambridge [en línea]. dictionary.cambridge. [consultado 20 de febrero de 2017]. Disponible en línea: <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/pay-per-view?q=PAY+PER+VIEW>

Diccionario Oxford. [en línea]. oxforddictionaries [consultado 25 de mayo de 2016]. Disponible en línea: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/cinematografia>

DUQUE ESCOBAR, Alejandro; CORREDOR DÍAZ, Eduardo; RAMÍREZ MEJÍA, Julieta. Industrias culturales e inventario preliminar en Bogotá [en línea]. En: Revista Escuela de Administración de Negocios. Mayo-agosto, 2007, vol. 3 no. 60, p. 10-14 [consultado 06 de Agosto de 2016] Disponible en internet: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606004>> ISSN 0120-8160

Entrevista Carlos Mayolo[en línea]. proimagenescolombia. [Consultado 3 de enero de 2017] Disponible en línea: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7007

ESPEJO Cala, Carmen. El cine como industria cultural. La visión de la escuela de [en línea]. Frankfurt. [Consultado 03 de Enero de 2017]. Disponible en línea: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/28109/cien_elcinecomoindustria.pdf?sequence=1

ESTRADA Gutiérrez, Andrea. El productor en el cine colombiano. Bogotá. Ministerio de Cultura. 2012.

FUNDACIÓN PATRIMONIO FÍLMICO COLOMBIANO. Largometrajes colombianos, en cine y video. [en línea]. patrimoniofilmico. [Consultado 15 de noviembre de 2016] Disponible en línea: <http://www.patrimoniofilmico.org.co/anterior/noticias/libro01.htm>

HOWKINS, John. The Creative Economy. Allen Lane, The Penguin Press, Londres, 2007, p. 86

INDUSTRIAS CULTURALES DE CALI, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales de Cali. [en línea]. industriascultrales 2013 [Consultado 3 de noviembre de 2016] Disponible en línea: https://issuu.com/industriasculturalescali/docs/informe_final_4_cadenas_de_valor

INDUSTRIAS CULTURALES CALI. 5 años de cara al desarrollo socioeconómico desde la cultura y la creatividad. 2014.

JACOSTE Quesada, José G. El productor cinematográfico. Madrid 2da edición 2004. .p. 334

KRIEGER, Sebastián. Ley de cine para todos. Bogotá, 2004. Ministerio de Cultura. P. 207

KAMÍN, Bebe. Introducción a la producción cinematográfica. 1999. Presupuesto – Plan financiero: Bs.As., , [en línea] Centro de Investigación Cinematográfica [consultado 15 de Octubre de 2016] Disponible en línea: http://www.blankspot.com.ar/prodav/KAMIN_Cap4.pdf

LOCACIÓN COLOMBIA, Ministerio de Cultura, [en línea] locationcolombia [Consultado en línea: 13 mayo 2017] Disponible en línea: <http://www.locationcolombia.com/>

MINISTERIO DE CULTURA, Anuario estadístico Cine Colombiano [en línea] mincultura. [consultado 15 de julio de 2016] Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%20Estad%20adstico%20Cinematograf%20ada%202015.pdf>

-----, Artículo ley filmación Colombia [en línea] mincultura. [consultado 3 de enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Ley-Filmaci%C3%B3n-Colombia--ha-generado-ingresos-al-pa%C3%ADs-por-m%C3%A1s-de-86-mil-millones.aspx>

-----, Cultura a la medida, Análisis de la cuenta satélite de la cultura de Colombia.

MORENO, Daniela. El productor y la producción: caso Contravía Films. [en línea] Tesis de Grado Profesional en Cine y Comunicación Digital .Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Cali. Facultad de Comunicación social. Departamento de cine y comunicación digital programa de cine y comunicación digital 2014[consultado 02 de Enero de 2017] Disponible en internet: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/7742/1/T05790.pdf>

MORIN Edgar, El cine o el hombre imaginario. Traducción, Editorial Seix Barral. Barcelona, 1972. p. 223.

Políticas para la creatividad: Guía por una economía creativa. [en línea] Paris: UNESCO. 2010. p.134 [consultado 25 de mayo de 2016]. Disponible en Internet: <http://es.unesco.org/220384s.pdf>

ProImágenes, Fondos internacionales [en línea] proimagenescolombia. [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea:http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/fondos/fondos_internacionales.php

QUARTESAN, Alessandra; ROMIS, Mónica; LANZAFAME, Francesco. Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. 2007[en línea]. [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5437/LAS%20INDUSTRIAS%20CULTURALES%20%20EN%20AM%20RICA%20LATINA%20Y%20EL%20>

RIVERA Betancourt, Jerónimo León, El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes[en línea]. redaly [Consultado: 02 de Enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911210>> ISSN 0122-8285

RODRÍGUEZ TABORDA, Jonatán Mauricio. Industria cultural del cine en Colombia, un estudio sobre el aporte hecho por el gobierno en este sector y la evolución tenida por este. Requisito para optar al título de economista. Pereira: Universidad Católica de Pereira. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2013. p.86.

RUÍZ ACERO, Daniel, Análisis de las cadenas de valor de cuatro sectores en las industrias culturales en Cali – 2013 Industrias culturales Secretaría de cultura y turismo Santiago de Cali.

SÁNCHEZ Ballesta, Juan Pedro. Análisis de Rentabilidad de la empresa. [En línea]. 5campus 2012. [Consultado el 10 de Abril de 2017]. Disponible en línea: <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

SÁNCHEZ Segura, Amparo. La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. En: Revista española de la financiación y contabilidad. España, 1994. p. 159-179

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe [en línea]. SELA, Caracas, 2011. p. 15. [Consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2011/06/T023600004770-0-Incentivo_a_las_Industrias_Creativas_y_Culturales-_Di_08-11.pdf

STICKNEY, Clyde; WEIL, Roman L; SCHIPPER, Katherine; FRANCIS, Jennifer. Contabilidad Financiera: Una introducción a conceptos, métodos y usos. Cengage. 2011

UNESCO, Industrias creativas [en línea] unesco [consultado 15 de Enero de 2017] Disponible en línea: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

-----, Informe sobre la economía creativa Edición Especial[en línea] unesco. [Consultado 19 de mayo de 2017] Disponible en línea: <http://es.unesco.org/creativity/informe-sobre-economia-creativa-2013>

ZALLO, Ramón. La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. 2007. P. 219.

ZULETA, Luis Alberto; JARAMILLO, Lino; REINA, Mauricio. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo/Fedesarrollo. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003.

ZULUAGA, Sandra; REINA, Mauricio. Impacto del sector cinematográfico Colombiano, 2005, p4

ANEXOS

ANEXO A. ENTREVISTAS REALIZADAS A PRODUCTORES DE LA CIUDAD COMO INSUMO A LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

- **Entrevista alina hleap**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película? (desde el guion hasta la distribución)

Es complicado contestarte, el Sargento Matacho yo la tomé en el 2008 y estamos en el 2016 y no la hemos estrenado, es un caso muy particular y muy diferente a todos los demás. Una película usualmente dura 3 años, 5 años, en Colombia. Si es una mayor, es distinto porque ellos tienen todo el dinero asegurado, pero por ejemplo las películas de Dago García las hacen en 6 meses, no hay un punto desde donde medir exactamente

Yo soy Otro, se demoró 3 años, pero yo soy otro tiene una característica especial, a nosotros nos vetaron porque era políticamente incorrecta, la película estuvo 2 días en salas, muy pocas salas, tuvimos muchos problemas con los distribuidores, los tráileres nunca los llevaron a las salas, ni llevaron el material de los afiches ni nada de eso. Y sin embargo tuvimos más de 10 mil espectadores que en este momento es un número muy bueno. Esta película se estrenó en 2008 y la película ahora está volviendo a cobrar vida internacionalmente, nos la han pedido de muchas partes, y a partir de yo soy otro, unos psicoanalistas argentinos hicieron un trabajo con la película, y lo tradujeron a cuatro idiomas, entonces eso le ha dado mucho vuelo a yo soy otro en este momento.

El Rey, cuando yo entré al rey, la llevaban como un año y medio trabajando y el rey, fueron dos años después que se estrenó, porque cuando empezamos el rey no había ley de cine, y cuando terminamos ya había ley de cine.

Hay películas por ejemplo como la tierra y la sombra que se demoró 9 años.

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película? (desde el guion hasta la distribución)

El Rey tuvo estímulos FDC, y se armaron unos paquetes publicitarios, con los que se logró organizar el financiamiento. Luego ganó un premio en Francia, y ya eso salió de mis manos porque la posproducción se hacía allá y allá no sé cómo se

financiaron. Pero aquí se hizo con unos planes de inversión que yo hice, y a la gente no se le quedó debiendo nada en Colombia, ni a los inversionistas ni a la gente.

Para yo soy otro, perfeccioné los planes, esta película costó alrededor de 800mil dólares, y esta película se hizo, planeando con estos paquetes que la gente ya tuviera recuperada. Se hicieron convenios con muchísimas empresas, más de 40 empresas. Lo que hicimos fue hacerle paquetes publicitarios, a cualquier tipo de empresa y con eso financiamos la película.

En la Sargento Matacho, era una coproducción entre tres países, en la quinta semana de rodaje se retiró España, con un email que decía no ponemos el dinero porque el ayuntamiento nos lo negó, México tenía que poner 720mil dólares y nunca puso un peso, entonces me tocó terminarla sola y por eso es que me he demorado y debo tanta plata todavía, sin embargo, se debían más de mil cuatrocientos millones, y ahora solamente se deben 700 millones. En México ya conseguimos un nuevo coproductor, ellos van a pagar la parte mexicana, todo lo que se debe en México.

Ahora estamos haciendo tres películas distintas, y estas películas se están haciendo, con unos planes de inversión muy particulares, que no te puedo contar porque son confidenciales.

¿El dinero que se recauda en taquilla (nacional e internacional), festivales, ventas DVD, y VOD, obedece a una estrategia comercial de ganancia, o de financiación de la misma película?

Eso está contemplado desde el plan de financiación que se hace en el inicio, la idea es que...

Del rey no te puedo decir nada, porque yo no soy la dueña del rey, entonces no sé cómo manejaron eso...

Yo soy otro tenía un nicho muy particular, no era una película comercial y lo sabíamos, pero por ejemplo ya ha tenido ventas en estados unidos dos veces, lo han comprado canales de televisión, y en VOD, y en Colombia se ha vendido 4 veces a los canales regionales.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Los últimos 5 años he vivido del aire, porque todo lo que he conseguido lo he tenido que pagar en deudas de la Sargento Matacho, he tenido mucha colaboración de amigos que me ayudaron a sostenerme todo este tiempo, pero, la cosa está cambiando y la Sargento Matacho va a estrenarse en el momento que el país lo necesite, no antes.

La sostenibilidad de la empresa, se da porque uno haga otro tipo de cosas, pero yo no he podido hacer otro tipo de cosas porque tenía que saldar la deuda de la Sargento Matacho, entonces todo lo que yo trabajaba, tenía que ir para la Sargento Matacho, fueron 6 años muy duros, pero de eso aprendí mucho, y crecí personalmente agradecida, más que pensar en eso tan feo, fue una cosa muy bonita, porque me cambio la vida.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas, cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Cada película tiene un nicho distinto, y cada película tenés que proyectarla desde el comienzo a qué publico quieres dirigirla, entonces hacia eso tienen que ir las piezas publicitarias, y escoger los festivales en los que vas a aplicar, y en los festivales es donde usualmente consigues los agentes de ventas, según el nicho en el que quieres aplicar.

YO soy otro, era una película que aunque no es una película fantástica, sino ilusionista, es fantástica en la medida como se muestra la película, pero es todo lo que pasa al interior de una persona prácticamente. Nosotros estuvimos en muchos festivales.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Es que todo el mundo quiere obtener ganancias con la película, es demasiado trabajo como para invertir el dinero para que no de réditos. Yo no haría películas como las de Dago, no es mi estilo, pero ahora estoy haciendo una película que es muy comercial, pero es una película muy grande que no se rueda en Colombia, se rueda en inglés, y está basada en un libro de Arturo Pérez Reverte, que es el escritor español más vendido, la película está basada en un libro que se llama la piel del tambor, que ha sido traducida a 32 idiomas y ha sido best seller en 50 países. Tiene un casting internacional como Erick Bana, Geraldine Chaplin, John

Leguizamo, Marlon Moreno por Colombia, el director de foto es Edward Lachman, nominado al Oscar por "Carol", entonces esa es una película de otro nivel, porque es una película mucho más costosa, para el promedio colombiano, es coproducción de 4 países, Colombia, España, México, (repetí) pero con nuevos coproductores, y adicional estados unidos. Y esta película ya tiene agente de ventas y todo, porque desde el guión está muy interesante, y el casting le ha gustado mucho a la gente.

¿En qué momento usted identifica que la película generará ganancias o pérdidas?

El cine es una lotería, en el cine ni siquiera las fórmulas de Hollywood saben si les va a dar ganancias o pérdidas, por ejemplo la última "Ben-Hur" fueron 100 millones invertidos, y solamente se recuperaron 5 millones de dólares, y ellos que estaban apuntándole a tener unas ganancias del doble. No hay una fórmula que diga, si la película va a ser taquillera o no, uno juega con la ilusión de lo que uno quiere. Aunque también hay unos esquemas clásicos, que son los que más venden, sexo, acción, historia de amor, todas estas cosas venden. Entonces si una película tiene estos componentes es más fácil que llegue a taquilla bien, pero no siempre sucede eso. Ese es el esquema de Hollywood, no el mío.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

A mí me ha servido mucho la ley de cine, con "yo soy otro", la ley de cine sirvió muchísimo, en la Sargento Matacho, no porque no hubo respuesta, además fue una coproducción, que no necesitaba mucho la ley de cine. La ley de cine tiene sus ventajas aunque no es una panacea, es una base para garantizar el 55% del dinero.

Hay películas que se le han ofrecido a muchos inversionistas, y no les han cumplido, entonces el mercado, no está muy bueno, el mercado se ha dañado mucho, por el incumplimiento de muchos de nosotros, que no es mi caso, porque con la Sargento Matacho no le debo a ningún inversionista, solamente a la gente, que es a quien no le he pagado.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temático narrativa, cual es el panorama en los mercados internacionales?

Las coproducciones deben ser coproducciones naturales, no se puede hacer forzadas, porque terminan siendo una camisa de fuerza, es decir, si hay algunas escenas que deben pasar en el otro país, y otras en Colombia, así es más fácil. Si el tema es muy local, tendría que tener un componente internacional, por ejemplo un tema global, como " el amor de padre e hijo" o algo que pueda salir de la provincia, y se vaya a otras ventanas. Por ejemplo la tierra y la sombra, no es una película comercial, pero es una película que se ganó la cámara de oro en Cannes, es una película que tiene apoyo francés. El abrazo de la serpiente es una coproducción entre 4 países, o 3.

Cuando la gente quiere que ellos puedan ganar taquilla en su país, lógicamente, y para eso se necesitan las coproducciones naturales. Hay otra película que estoy asesorando que es coproducción Colombia - México, y es muy clara porque es de un luchador de lucha libre, y hay un montón de escenas en las playas, eso es una coproducción natural.

¿Qué tipo de cine le interesa producir?

Me interesa mucho producir películas que tengan sentido social, que le dejen un mensaje a la gente que no sea un sentimiento. Pero también voy a hacer la piel del tambor, porque es una oportunidad para exportar el talento vallecaucano, a una gran película industrial. Me interesa mucho formar industria aquí, por eso estoy liderando lo de la comisión filmica de Cali – Valle, que va a empezar a funcionar

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores con relación a temáticas y modelos de producción?

Es que el cine ha cambiado mucho, y las nuevas tendencias son más intimistas son, películas más contemplativas, y eso es lo que está dando ahora. Yo conozco tres proyectos que son distintos, en especial a los de la universidad del valle que son los que conozco, y por ejemplo de la autónoma también hay proyectos como SAL, y SIEMBRA, son proyectos que se están haciendo con equipos de trabajo mínimos y eso es una muy buena estrategia, yo no sé, porque siempre he trabajado con todos los juguetes, entonces, la idea es aprender a hacer como lo están haciendo los pelados. Pero por ejemplo para el tambor es imposible, con un presupuesto de dos millones y medio de dólares, no se puede poner a poca gente a trabajar, tiene que ser gente muy especializada.

¿Cuál es el beneficio directo para el cine caleño que brinda la ley 1556? ¿se ha beneficiado de la ley?

No tanto Cali, de esta ley se han hecho dos películas en Buenaventura, pero ahora lo que vamos a hacer con la comisión fílmica de Cali y del valle, vamos a ofrecer un incentivo adicional para venir a Cali, la comisión fílmica, va a quedar muy bonita la de Cali, porque tienen un cluster cooperativo, con todo el sector cinematográfico y audiovisual, todas las empresas de servicios alimentación y todo eso, van a ser parte de una cooperativa donde todos ponen aparte de que pone la gobernación, y la alcaldía, se hace formación de público, se hacen una cantidad de cosas, para hacer del valle del cauca, como líder en el cine nacional, es que de hecho, siempre hemos sido los líderes, pero la gente ha migrado por falta de oportunidades.

¿Cómo ve la producción de cine caleño con respecto al nacional?

Los caleños hacen cine en toda parte. No hay muchos rodajes que se estén haciendo ahora en Cali, pero hay muchos caleños que están produciendo, Luis Ospina hizo Todo comenzó por el fin parte en Cali, parte en Bogotá, en el hospital, pero son películas hechas aquí, la tierra y la sombra se hizo en el valle. Lo que es innegable es el talento caleño, que se resalta, en todos los campos, directores, guionistas, directores de foto, como actores, productores, y esto es lo que tenemos que explotar ahora con la comisión fílmica, que la gente no emigre sino que la gente cree fuentes de empleo para que Cali siga siendo la meca del cine colombiano.

¿Defina el concepto rentabilidad y si considera rentable hacer cine en Cali?

Para ser rentable tendríamos que tener una mayor audiencia y muchos más espectadores. En Colombia no les gusta ver cine colombiano, las películas colombianas que han tenido mucha taquilla cuales son... magia salvaje porque tuvo una campaña de mercadeo muy tenaz con el éxito. Las de Dago y Trompetero porque son películas familiares, y ya tienen ese público captado, porque ya saben que el público va a ir a verlos en junio y en diciembre, esas son las únicas películas rentables, las otras a duras penas llegan al punto de equilibrio en Colombia. Pero para eso son las becas internacionales, son menos películas las que logran.

- **Entrevista antonio dorado**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película (documental largometraje) (desde el guion hasta la distribución)?

El tema del tiempo que uno le invierte a un proyecto es bastante relativo. En mi caso particular, yo empecé con un proyecto que inicialmente era documental, que era el proyecto del “grillo” y posteriormente cuando iba a hacer el documental, ante la dificultad de hacerlo, porque la semana que iba a empezar a filmarlo mataron al hijo del grillo y lo mataron de una forma fuerte y violenta, entonces los informantes, uno de los más cercanos, me hizo la advertencia de que las cosas todavía estaban muy calientes y que no se podía hacer en ese momento, entonces yo ahí, vi la necesidad de volcar el documental en un proyecto de ficción.

Nosotros empezamos ese proyecto en el año 96, a los meses apareció una convocatoria del FDC, yo escribí un guion de un largo y nos ganamos la convocatoria en un momento en que no existía la dirección cinematográfica, ni la ley de cine, ni nada de estas cosas, y me dieron el premio que era de ópera prima y el premio se convirtió un poco en un castigo, porque eran 100 millones de pesos para una producción que era mucho más ambiciosa que incluso lo que quedó en la película, porque eran tres periodos, tres etapas, entonces yo, para el momento tenía otros proyectos documentales que estaba haciendo, siempre he sido profesor de la universidad, entonces digamos que los tiempos míos eran bastante escasos y la verdad es que no había posibilidades de hacer cine aquí en Cali porque había habido un silencio brutal, toda la gente de Cali estaba en Bogotá, entonces yo intenté salir como tres veces, o casi que estaba dispuesto a filmar la película en VHS, mejor dicho, en cualquier formato casero, y en ese contexto apareció Fonds Sud que permitió el apoyo de la coproducción de Francia, porque el premio es más a las productoras francesas. Ese premio le cambió la historia al proyecto, y yo que estaba siendo muy acosado por no haber cumplido con el proyecto, por fortuna, pude acelerar el proceso, entonces prácticamente la película se filmó en el 2003, el proceso realmente fue entre el 96 y 2003, y en el 2004 empezamos a distribuirla, fueron prácticamente 8 años, que es demasiado tiempo para un proyecto, pero que me parece que valió la pena la espera; fue un proceso bien particular, porque éramos un grupo inmenso, yo la verdad tenía la referencia en mi rodaje que era de “Carne de tu carne” porque yo me metí a la fuerza en el rodaje de Carlos Mayolo, además era una película de época, pretenciosa, con muchísimos problemas también y lo hicimos en un grupo de alrededor 75 personas, que ya era una caos para cualquier producción, porque éramos muchísima gente y de esos 75 habían solamente dos personas que tenían experiencia en el equipo técnico, uno era Óscar Bernal, que había hecho cámara en otra película y el otro era el asistente de dirección, entonces ese proyecto fue

muy importante, pero nos demoramos mucho, sin embargo, cuando ya apareció la coproducción internacional, el proyecto salió adelante, eso fue fundamental.

En el caso de Apaporis, también fue un proyecto que se demoró, el proyecto empezó en las convocatorias del 2006-2007, nosotros lo terminamos en el 2010, pero la película solo vino a salir en el 2012, entonces fueron como más o menos 6 años, a pesar de que al proyecto le fue muy bien, desde el comienzo, es bien particular, porque en el caso de “El rey”, cuando nosotros empezamos con el proyecto, lo que la gente decía era que esa película era fallida, porque veníamos de toda la violencia de los años 80’s y 90’s, de todo el periodo de Pablo Escobar, de la caída de los Rodríguez, entonces la convención de los productores del momento es que ese tema era fallido, porque la gente aquí en Colombia ya estaba cansada de ese tipo de historias, y paradójicamente “El rey”, es la primera película digamos que, tiene consciencia del género, es una película que está hecha desde la perspectiva de género, y que prácticamente da inicio a una serie de películas y telenovelas que van a girar en torno a este tipo de propuestas, entonces digamos, sí habían antecedentes de películas que habían abordado el tema, pero no estrictamente asumiéndolo como concepto, o sea, el narcotráfico aparecía en otras películas, pero como propuesta de género no, y eso generó mucha dificultad, porque aun los distribuidores no creyeron en la película, a pesar de que la película tenía un buen comportamiento en los test que habíamos hecho y a pesar de que en ese momento, yo terminé hipotecando esta casa para invertir en la publicidad en Caracol, mejor dicho, yo me la jugué toda, por fortuna, la película funcionó, y “El rey” yo creo que es de las películas, a pesar de que ya hay muchas películas colombianas que han tenido un gran recorrido internacional, pero “El rey” la han doblado como en 15 idiomas, es una película que yo fui dejando la distribución a medida que iba avanzando el proyecto, yo fui perdiendo la distribución de la película a nivel internacional, que estuvo bien y estuvo mal, de hecho estuvo mal, porque las ganancias de las películas, el negocio del cine, es la distribución, el negocio no es hacer películas, el negocio es distribuirlas, porque como en todo negocio, la gente no arriesga nada y puede ganarlo todo, o un buen porcentaje del todo.

En el caso de “Apaporis” pasó algo similar, la película gustaba, pero era una película de indígenas, “El rey” tenía el plus de que, al menos en Colombia, realmente las películas tienen público cuando tienen personajes reconocidos, en el caso de “El rey”, estaba Cristina Umaña, estaba el flaco Solórzano, que eran actores que en su momento gozaban de prestigio y estaba Marlon Moreno, pero digamos que “El rey” fue su primera película, él había hecho unas apariciones en TV, pero su primer trabajo importante, realmente era “El rey”, entonces eso determinó que, y vale la pena mencionar esto, porque en el caso de Apaporis había también esa situación en común, de que no se creía en el proyecto porque se pensaba que como era una película indígena, nadie quiere ver en este país a

los indios, de pronto alguna gente que puede tener por ellos cierta complacencia, pero la mayoría de personas no... Yo sentía que era un documento, una exaltación de nuestras raíces indígenas y en esa perspectiva, la película se presentó, y la fecha es importante en los lanzamientos de las películas; recuerdo que a nosotros nos dieron una fecha de poco futuro, porque fue en Abril, alrededor del 18 de Abril, arrancamos y no era quincena, eso también se refleja en las películas, prácticamente la muerte de la película estaba anunciada en la primera semana, porque luego ya venían los Óscar y cuando se anuncian las películas que han ganado los Óscar, ya todo el mundo quiere verlas, y ese es un fenómeno mundial, frente a eso no hay pulso local que fluya.

De “Apaporis”, la película, inicialmente nos pidieron 11 copias, de las 11 se perdió 1 y finalmente solo programaron 5, entonces nosotros invertimos un dinero en 11 copias y de estas solo se distribuyen 5, pero con estas, la película se mantuvo y se mantuvo no por complicidad con la película, porque la única forma que te mantengan en una sala es que llene, y la película llenaba permanentemente, hicimos un trabajo muy interesante, pero digamos que trabajamos redes sociales, salió publicidad en RCN en su momento, hicimos un trabajo fuerte con las asociaciones que tienen que ver con la protección del medio ambiente, con las comunidades indígenas, pero ocurrió una cosa interesante y es que a la gente le gustó la película y la gente la recomendaba, entonces por decirte algo, en Bogotá, hay una sala que es la de la 85, la del antiguo gran ahorrador y es una sala donde hay un público para ese tipo de cine y ahí la película estuvo casi 3 meses, aquí en Cali ocurrió lo mismo, cuando en Colombia en ese momento, y creo que la cifra ahora es más perversa, pero en ese momento, el promedio estaba alrededor de 8mil espectadores por película de ficción, “Apaporis” puso más de 44mil espectadores, entonces fue una experiencia absolutamente gratificante, y la película la hizo, porque le llegó a la gente y creo que hacía falta también un diálogo desde esas comunidades con el público y en el caso del documental, digamos que este es un proyecto en el cual yo venía trabajando, porque casi en todos los proyectos yo he trabajado esa relación entre documental y ficción, entonces en esa perspectiva, el documental habitualmente no tiene mayor circulación, además el desafío era grande.

Antes de “Colombia, magia salvaje”, “Apaporis” fue el documental que mayor cantidad de espectadores tuvo en la historia del cine colombiano, que era una cifra inédita, que la gente pagara por ver, porque lo que ocurre en muchos casos con los documentales es que la gente los pone a circular en internet y el plus es que la gente lo vea, no pagando, sino por complicidad con el proyecto, hay que darse por bien servido que la gente los vea, entonces digamos que esas dos y bueno, lo de “Colombia, magia salvaje” tiene otro fondo, porque finalmente el coproductor ahí no era solo Cine Colombia si no también el Éxito, entonces había un consorcio económico muy fuerte que estaba apoyando su lanzamiento y definitivamente, eso

también da cuenta, la clave en la distribución un poco también, es ver quiénes son los que apoyan y quiénes son los que están detrás de las películas, pero también es importante, qué es lo que la gente quiere ver y yo sí creo que en este país la gente quiere ver documentales, pero el lío es que hay que negociar, entre lo que uno quiere hacer y lo que la gente quiere ver, porque a veces sencillamente, nos quedamos mirándonos el ombligo y pues nada, las películas sencillamente se hacen y nos quedaremos mirándolas nosotros mismos y nuestros 4, 5 amigos que nos acompañaron a hacer la película.

¿Generalmente cómo se financia la producción de una película?

Habitualmente, y cada vez se vuelve una situación más, un pre requisito permanente, es que las películas deben haber quedado pre seleccionadas en eventos importantes, eventos de festivales importantes, entonces se vuelve una dinámica en la que si alguien ha leído tu proyecto y ha quedado pre seleccionado, ya contás con un aval que permite que el proyecto pase a otras rondas. Son criterios que se han ido estableciendo, decantando, y me parece que es muy importante el procedimiento de las convocatorias, pero también creo que la misma historia de las películas en Colombia, determina que las convocatorias no son el único camino, hay muchos proyectos que han ganado convocatorias y son muy muy buenos pero hay muchos otros que han ganado muchísimas convocatorias y finalmente ni siquiera se terminaron, o si se hicieron, no funcionaron y así mismo hay muchos proyectos que no ganaron nunca convocatoria y que realmente son importantes, por eso a mí, me parece que hay que generar propuestas acordes con la dimensión económica de los proyectos, cada vez el cine es mucho más rentable para los distribuidores y exhibidores y menos rentable y tiene el mayor riesgo para las productoras, al punto de que, por ejemplo, nosotros hicimos 3 largos, “Amores peligrosos”, “El rey” y “Apaporis”, digamos que en Colombia, históricamente hacer 3 largos, está bien, pero no son proyectos rentables, dan una rentabilidad social, moral, te apoyan la exaltación del ego y si uno no sabe manejar eso, pues también se estrella, porque el lío con esto, es que la gente hace una película y se desborda y sucede que esas son glorias fugaces. Por fortuna, digamos que en mi caso siempre entendí eso, y de todas maneras uno sigue activo, yo tengo varios proyectos en camino, en proceso, de hecho ahora estoy haciendo dos proyectos, pero digamos que hay que ver también ¿por qué uno hace una película?, ¿por qué uno hace un documental?, porque no necesariamente todos los proyectos tienen que buscar una recompensa económica, uno hace una película, no por cambiar de estrato social o mantenerlo, sino porque uno quiere decir algo, entonces hay una necesidad visceral, intelectual, conceptual, de que querés contar una historia, que vale la pena y que crees que sos la persona adecuada para contar esa historia.; eso me parece que es muy importante y ya lo otro, yo personalmente desde el inicio, siempre he sido partidario de crear una correlación con los públicos, a mí me gusta que las

películas no solo tengan un interlocutor al espectador solo de los festivales de cine, porque también hay ciertos proyectos que se hacen para festivales, y eso está muy bien, yo creo que es importante hacerlo así, son rutas importantes, en mi caso yo creo que uno se puede conectar como autor con un proyecto mostrando y explorando un poco los interrogantes que uno tiene, pero que eso tampoco tiene que estar divorciado de una complicidad con la búsqueda de espectadores. Yo finalmente, si hago una película, es porque quiero que la vean, no porque me interesa sentarme a verla con la familia y a veces la familia es la que menos ve ese tipo de películas, entonces yo creo que, el hecho de hacer una película, es un acto honesto también con uno mismo, a mí me encanta el cine y quisiera hacer películas que me gusten y lo que he hecho ha sido desde esa perspectiva, en esa referencia, de que las películas que uno haga no sean aburridas, pero más allá de que sean divertidas, yo creo que es interesante que la gente se sienta bien en una sala, el público al que le estás contando una historia, pero también son historias que te permitan tener una mirada crítica sobre un tema y una invitación al pensamiento, a la reflexión, que son fundamentales.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas?, ¿cuenta con uno por película o cada una de ellas va dictando su camino?

Yo creo que cada película va encontrando su camino, creo que las condiciones de producción y distribución cada vez se transforman, hay que estar atentos, si algo se ha transformado los últimos tiempos en la producción audiovisual, ha sido la distribución, y está por generar cambios mucho más bruscos.

El límite entre TV y cine, cada vez es más invisible. En principio, digamos, las películas colombianas realmente, en su gran mayoría, funcionan en Colombia, las que funcionan internacionalmente, funcionan a través de los festivales que tienen unos públicos internacionales, unas ventanas, pero cada película dependiendo el tipo de historia, el tono, los autores, los actores, el prestigio de músico reconocido o actores, etc. irá encontrando su camino; digamos que, cada película de acuerdo a su propia fisionomía, a la propia identidad que genera, al propio sello, va buscando un nicho, lo importante también es estar muy atento para saber que se quiere, porque eso es lo que genera el desconcierto de los coqueteos, que puede ser esto, que puede ser lo otro, que puede ser y todos estos elementos que son fundamentales y que ocurren muchas veces en las películas, pero que muchas veces no ocurren, entonces por estar en tantos coqueteos, finalmente las películas pierden su identidad y yo creo que es muy importante defender la identidad del proyecto, apostarle claramente y en ese proceso buscar los aliados, ojalá desde muy temprano, porque un buen distribuidor te ayuda también a conseguir los aliados que el proyecto necesita.

Es muy importante que, considerando la dificultad que hay para exhibir cine y distribuir películas con posibilidades de éxito, porque cada vez es más esquivo el público, porque los esquemas de distribución son muy perversos, creo que hay que, yo lo manifesté, lo advertí justamente a raíz del lanzamiento de “Amores peligrosos”, que fue una película, digamos fallida en su momento, porque era una película que estaba pensada para tener más público y tuvo una serie de dificultades del exterior, se lanzó por ejemplo en el momento en el que había un partido entre la selección de Colombia y Chile, y claro, el peor momento para lanzar una película, yo quise detenerlo y el distribuidor se opuso, yo debí haber sido más fuerte, debí haberme mantenido en la postura de suspenderla y no lo hice, y la fecha de lanzamiento de una película y uno no se puede equivocar. Hay cosas complejas con la distribución de las películas colombianas, yo entendí claramente, que no sirve que tengamos una política de apoyo a la producción, si no hay una política clara de apoyo a la distribución, no puede haber industria de producción, si no hay unas condiciones de protección a la industria nacional en sus propias salas de cine, con su propio público, si esto no existe, definitivamente las expectativas son bastante tristes y desastrosas, sobre todo para el cine independiente, que tiene la necesidad de buscar y de circular en el país, porque en últimas, no es solo circular con un negocio, sino circular con una apuesta de pensamiento, con una propuesta de confrontar, de que los jóvenes se expresen, los adultos también, las comunidades... si queremos que el cine tenga esa vocación democrática, en el mejor de los sentidos, se requiere que existan normas o condiciones de exhibición democráticas y de apoyo, como existen en todos los países que se precian de tener una buena cinematografía nacional, deben haber normas y condiciones de apoyo a la producción local.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Puede haber ganancia económica, puede haber otro tipo de ganancias, en mi caso, no creo que gane, yo no vivo del cine, el cine vive de mi salario y de mi tiempo, porque finalmente uno lo que termina haciendo, mi resumen un poco de todos estos proyectos, es que yo, finalmente he terminado designando mis vacaciones, mis fines de semana, mis amanecidas, mucho tiempo que le robo a mi vida, se lo he dedicado a esos proyectos, y bueno chévere, digamos que soy un afortunado, los he logrado hacer, porque hay mucha gente que toda la vida ha estado con un proyecto de una película y no lo ha hecho, pero no se trata de entrar en comparaciones, sino sencillamente, que uno hace una película, no tanto por el dinero, sino porque le gusta expresarse, y cuando uno habla de la importancia de la rentabilidad de las películas, es buscando, apelando por la necesidad de que existan condiciones decentes para que el gremio de los realizadores audiovisuales pueda vivir dignamente de él, que ustedes que están haciendo sus estudios de cine, la gente metida en este cuento, pueda vivir

dignamente de este trabajo y que la gente no tenga solo un sueño, sino que pueda continuar soñando mucho tiempo.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

La ley de cine en general, ha sido un albur, porque paradójicamente, a quienes en un momento dado más les sirvió los recursos de la ley de cine, fueron a las grandes casas productoras en Colombia, directamente a los canales nacionales, a Caracol, a RCN, también de alguna manera a Cine Colombia, pero llega un momento en el que es tal la oferta de películas, que tiene esa posibilidad, que ya esos recursos asignados para la ley de cine eran insuficientes, porque igual muchas entidades, como fundaciones, ONG, que tenían proyectos, tienen casi que esas mismas exenciones de impuestos sin tener todo el cacaraqueo de la ley de cine. Entonces digamos que es un albur; lo interesante de la ley de cine, es que, en el marco de la ley, está justamente la norma que permite el cambio, una transformación de esa ley, que genere una protección a la industria local, ahí está la clave del asunto y no se ha tocado.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temáticas narrativas?, ¿cuál es el panorama en los mercados internacionales?

Yo creo que ahí se ha hecho un buen trabajo, creo que parte de este proceso, y lo hablo un poco también por la memoria histórica que he podido tener, “El rey” justamente estuvo antes de que apareciera la ley de cine, y a mí me parece que la dirección cinematográfica ha tenido una tarea muy importante, ha generado actividades como el BAM, se ha generado cierto posicionamiento del cine, no solo en Colombia, sino en América Latina o en vínculos directos con algunos países como España, Francia, etc. Me parece que se está tejiendo un reconocimiento, gracias también, hay que decirlo, al empuje, a la verraquera de muchísimos realizadores que se le han metido al asunto, porque esto no es solo un asunto gubernamental, sino un asunto personal y yo creo que se han creado una serie de redes, pero también creo que es que los problemas del cine, del independiente y no del de Hollywood, hace parte de una pulsión global, en la que nos encontramos muchísimos países, entonces eso genera una serie de círculos, convocatorias, latinoamericanas, iberoamericanas, etc. ha generado como una sinergia, y en esa medida, que ha sido favorable, pero que indudablemente cada vez más el cine cada vez es más rentable, pero para los grandes medios, y valdría la pena mirar en Colombia cómo es este procedimiento, de cuantas empresas surgieron y cuantas se han acabado, porque son pocos los casos donde la gente puede vivir directamente de las empresas, una empresa cinematográfica, por lo menos en mi

caso, es esto, es mi casa, mi empresa queda en la parte de abajo, entonces son dos oficinas, que se activan cuando hay proyectos; yo soy un privilegiado que tengo un espacio que me permite tener eso, pero habitualmente, es un computador y una gaveta.

Defina qué es la rentabilidad ¿Considera que es rentable hacer cine en Cali?

No, yo no creo que el cine sea rentable, y cada vez el panorama es más adverso, lo que pasa es que uno siempre tiene la ilusión, porque de hecho hay algunas posibilidades, yo creo que hay que trabajar en varios frentes, por un lado coger el toro por los cuernos y hacer una presión real para que los recursos del cine no graviten estrictamente en beneficio de los distribuidores y exhibidores y para que las películas puedan durar más tiempo; en segundo lugar, yo creo que los problemas también están generando un desafío de producciones independientes de bajo presupuesto, un cine más distante del glamour convencional, de todas maneras ya hay apuestas, ya hay una serie de cine que se está haciendo en los barrios, una serie de películas que se hacen con actores anónimos y con grupos muy profesionales que no tienen tanta trayectoria, como el caso de “La tierra y la sombra”, a pesar de que es una película que está acompañada por una producción internacional, evidentemente, pero que es una película que, finalmente la hace un grupo de muchachos, de egresados, un combo de amigos de la universidad, esas propuestas son muy concretas, que están dictando unos caminos muy específicos.

La misma experiencia de Papeto, que de todas maneras, también es el mismo molde, la misma perspectiva, de hacer trabajos independientes, donde hay un colectivo muy cualificado que decide emprender su propia ruta y buscar sus nexos como empresa.

**¿Cuál es el panorama en la producción de documentales en Cali?
¿Cómo ve la nueva generación de realizadores?**

Documental no tiene tantas ventanas de distribución, habría que mirar excepciones, el documental también es muy amplio, pero en general, ya una película documental tiene un costo menor que una película de ficción. Un costo tenía “Amores peligrosos” y otro costo “Apaporis”, los canales locales son alternativas, yo creo que hay que afianzar ciertas redes de distribución local también, generar públicos para las películas, pero creo que hay que fusionar alianzas, también con pares del proyecto, que tengan interés en abordar ese tipo de propuestas. Sin embargo, paradójicamente, se requiere productores muy fuertes en el sentido en que, la financiación de los proyectos no puede afectar el

contenido esencial de las películas, un buen documental al tener muchos compromisos adquiridos que silencian la esencia del documental, en lugar de ayudarlo, lo destruye, entonces la circulación aquí en Colombia del documental es muy complicada, pero en general en el mundo... además, la gente lo distribuye, pero lo hacen como si fuera un favor, y es una falta de respeto, porque uno invirtió tiempo, invirtió un dinero, es un trabajo, pero por lo general, ellos no lo ven así, y la verdad, a mí personalmente en mis proyectos, no me interesa que me hagan ese favor, porque yo he invertido un esfuerzo, dinero y trabajo y llega uno a un punto en que, bueno, “esto ya que circule públicamente”, y lo otro también es que, a medida que uno va haciendo alianzas mediáticas, eso impide también que las películas tengan mucha difusión.

Es complicado el tema de la distribución, es muy complicado, porque además ahí está la base y la sabiduría del proyecto para hacer una industria y para replicar los procesos, es muy complicado, pero es lo que hay.

- **Entrevista andrés cajigas**

¿En promedio, cuánto tiempo toma la producción de una película (desde el guion hasta la distribución)?

En este caso particular, la historia empieza en el año 2010, es una historia que escribe Eugenio Gómez, que es el director de la película.

La película originalmente se pensó como un guion para teatro, de hecho se hizo y el protagonista es John Alex Castillo, ese fue el primer encuentro con la historia de “Canchimalo”, pero el año 0 de la producción de la película es el año 2012, donde Eugenio gana un premio que da el Ministerio de Cultura para el desarrollo del guión. Para el año 2013, empezamos a hablar del proyecto y para el año 2015, después de intentar dos veces con el FDC, logramos ganárnoslo.

En el 2015, arranca como tal la producción, porque logramos obtener este premio, y hasta el momento, la fecha estimada para el estreno de la película es el año 2018; la animación es un tema mucho más complejo. En la meta hay un año de desarrollo, que es el año en el que estamos, donde estamos desarrollando toda la parte grafica de la historia, todo el universo conceptual de la historia, donde estamos haciendo reescritura de guión (versión número 20). De este año de desarrollo que fue el premio que ganamos con el FDC, nos dieron 80 millones de pesos para hacer todo este paquete que nos va a servir para ir por todos los mercados internacionales, para esta etapa nos dan entre 6 meses y un año. Después de este año, viene la pre producción, (la película es en 3d y es la primera

película de todos acá), donde, aunque ya el dinero se habrá agotado, parte de nuestro trabajo es mantener el ritmo de la producción, para el otro año ya habrá una reescritura final del guión, validado por el público, porque estamos haciendo un trabajo con nuestro público objetivo con el que estamos encaminando nuestra historia.

Para el año 2017 estaríamos en producción, y producción terminaría en el año 2018, eso es muy normal para una película animada, para imagen real es mucho menor, yo diría que es 1 o 2 años el proceso, pero para esta técnica, estaríamos hablando de 3 años una vez se arranque ya con los fondos del estado, y bueno, contando los años de maduración del proyecto.

Nosotros pensamos que nos íbamos a ganar el fondo hace dos años, pero por un tema, decidimos retirar el proyecto. Tal vez si no lo hubiéramos ganado en ese entonces, no estaríamos haciendo lo que estamos haciendo ahora. Creemos que está muy maduro el proyecto.

¿Generalmente cómo se financia la producción de una película?

Están los recursos del Estado; para animación están 80 millones para desarrollo y 1000 millones para la producción, pero realmente es muy poquito, es como el 25 o 30% de lo que vale la película, si nosotros hacemos esta película acá, solo con gente colombiana, podría costar entre 1 millón o un millón y medio de dólares, pero la idea es que queremos coproducir con otro país, están los fondos de acá y están los fondos de otro país, a nosotros nos interesa mucho el tema de acuerdos bilaterales: Francia, porque hay un tema con la historia de “Canchimalo” y el público francés, tendríamos que participar con una película que cueste 2 millones o 2 millones y medio de dólares, o sea que hay que subir ese presupuesto, porque si uno va a un mercado internacional con una película que cueste menos de eso, no le van a parar a uno bolas, y pues es muy poquito a comparación de otras películas, por ejemplo, una película de Pixar vale 100 millones de dólares, son presupuestos bastante altos.

La película que viva la música costó dos millones y medio, uno en Colombia se sorprende, pero si uno revisa bien, es muy poquito dinero a comparación de lo que han costado otras películas a nivel internacional. Las gemelas (Maritza y Marcela Rincón - Fosfenos), hicieron su película con recursos más bajos, porque ellas hicieron una coproducción con países latinoamericanos, pero nosotros queremos coproducir afuera.

Hay posibilidades de ir ahora a algunos festivales, y coproducir con otros países; ya tuvimos un primer encuentro en el BAM (Bogotá Audiovisual Market), que es el mejor espacio donde podemos enviar nuestro proyecto y conocer los proyectos de otras empresas, pero digamos que ya hay que tener un teaser para que lo puedan comprar, y precisamente es la etapa en la que nos encontramos, ahora tenemos un brochure, una página, pero el teaser es muy importante para que se vea cuál es el nivel técnico con el que cuenta la película.

José Molina, es uno de los directores de arte de la película junto con Camila Fayad, ellos hicieron la parte conceptual y toda esa parte artística la manejamos acá, pero el tema de coproducción, hay que revisarlo, el tema de la participación con la productora de otro país para poder producir la peli. Hay un tema de porcentajes para poder empezar a hacer la coproducción.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Nosotros trabajamos servicios. Es evidente que acá en Colombia, una empresa que se dedique únicamente a la animación y el tema audiovisual, es algo muy complejo, porque no siempre tienes el presupuesto para poder hacer todo, siempre tienes que buscar la manera de sobrevivir. Aquí en la empresa (Cinespina), hacemos talleres, servicios, fotografías, es la manera en la que nos movemos. Los servicios es algo muy complejo porque hay que dedicar tiempo a sacar proyectos de otros y hacer los propios, pero hay épocas en las que toca darle muy duro a los servicios, y hay otras épocas en las que apostamos a recursos internacionales, a FDC, Ibermedia, para sostener el equipo de trabajo y llevar hasta el final el proceso.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas? ¿cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Con “Canchimalo”, que es nuestra primera película, sabemos que es un proyecto transmedia, todo un universo que queremos diversificar, se habla mucho del universo líquido y “Canchimalo” es eso, es un heredero del pacífico que no quiere ser marimbero sino que quiere ser samurái, entonces entre más intenta parecerse a otra cultura, más comienza a descubrir su esencia, y eso tiene atrás muchas historias. De hecho con la novela gráfica nos ganamos ahora un premio con la gobernación para hacerla, entonces eso está conectado directamente con la historia, con la distribución del proyecto. Se va a vender la novela gráfica y ésta novela de alguna forma, nos conecta con la leyenda principal de toda la historia y esa leyenda está contada también en la película.

Lo que estamos haciendo es generar; tenemos la página de Facebook, donde constantemente estamos subiendo relatorías de cómo se están haciendo los personajes, porque es importante generar una base de fans, y después buscar la manera en la que vamos a distribuirlo, obviamente si nos interesan ventanas alternativas, pero por ahora lo que estamos haciendo es generar pequeños contenidos para consolidar fans.

¿Su película tiene algunas pre-ventas (VOD, canales de tv, bibliotecas)?

No. De pronto en el universo de la película está la novela gráfica, que ya tiene una distribución asegurada en todas las bibliotecas del país, pero la película como tal no.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Cuando quitas todos esos ítems que están relacionados con la inversión de la película, lo que al final te queda, eso es lo que te ganas. Es simple. Yo no sé cuánto va a generar la película, tenemos un presupuesto local y uno internacional de lo que va a costar la película, pero a ciencia cierta, es lo que te queda al final de todo lo que te costó el proyecto. Digamos que van a entrar algunos coproductores, e inversionistas, así que tiene que generar un retorno.

Hay estrategias que nos hemos pensado, como lanzar la película para el Petronio de 2018, y tenemos mucha expectativa con lanzar la película en estos espacios étnicos, en donde puede que la película vaya a tener un gran impacto.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Falta conocimiento, y cada que uno se reúne con ellos hay que hacer un diagrama, para que ellos sepan cómo funciona ese esquema, hay que socializar bien el tema, porque hay que hacer que los empresarios conozcan bien cómo funciona.

¿Cuál es el panorama de animación en Cali?

Es muy positivo. Cali se identifica como una ciudad de propuestas animadas muy interesantes; nosotros arrancamos en el año 2000 haciendo empresa (Labtoon), con la que estamos haciendo una serie animada “Flymily y en el año 2001 – 2002, y desde esos años para acá, ha ido creciendo la gente interesada en el tema de la animación. Digamos que en esta época, en el panorama, no hay industria como tal

en Colombia, porque son pocas las empresas que están haciendo que los proyectos crezcan de manera exponencial, pero en Cali hay un tema muy chévere porque está la película de las gemelas (Maritza y Marcela Rincón – Fosfenos) que está por salir, está la de nosotros, y la película “Len y el canto de las ballenas” de Joan Millán y Manuel Victoria, también hay otras películas de las cuales no recuerdo el nombre ahora. El caso de “Pixi post” de Marcial Quiñonez y Felipe Morell, que es un proyecto que ganó FDC el año pasado para producción y que es una coproducción con España, parte de la película que se está haciendo en España, otra parte en Bogotá y otra en Cali, Marcial tiene un equipo de trabajo que es también el que trabajará con “Canchimalo”.

Entonces yo diría que el panorama de la animación tiene una perspectiva muy chévere, lo importante es que se están generando bases de conocimiento y mucha gente está aprendiendo y va a replicar esa sabiduría en el tema de la animación, yo veo un panorama bastante positivo.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente a los proyectos y producciones de cine animado que se están realizando en la ciudad? ¿Cuál es el panorama en los mercados internacionales?

A la gente le gusta lo que se hace en Colombia, nosotros nos sentamos a hablar con Michel Ocelot que es uno de los animadores más famosos de Francia, una autoridad con respecto a la animación y el hombre quedó fascinado con el proyecto, con la historia; hay una afinidad de los franceses con el tema de la música, sobretodo en la filmografía de este director, y en general las personas de otros países con las que hemos interactuado con el proyecto, están convencidos que acá se están haciendo buenas historias y que hay buenos directores, buenos equipos creativos. Yo veo muy positivos estos encuentros con otros países, te lo hablo desde el tema de la animación.

La película de las gemelas (Maritza y Marcela Rincón – Fosfenos), tiene a Cali en su ADN, a la gente le gusta mucho eso, “pinta tu comarca y pintarás el mundo”, eso es lo que ellos piensan y tienen una buena recepción a lo que se está haciendo acá y a nivel nacional.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores en Cali?

José, uno de los mejores directores de arte, y así como él, Camila Fayad, también todos estos jóvenes que trabajaron con Fosfenos son muy buenos.

Ahí están los nuevos realizadores, y Cali, dentro de poco, si es reconocido con el tema de imagen real en el cine, dentro de unos años va a ser boom en el tema de la animación. Tengo una visión muy positiva de los nuevos realizadores, cada generación está dando gente que supera a los antiguos.

Defina rentabilidad.

La rentabilidad es hallar un equilibrio entre los temas sociales, porque creo que las películas no pueden convertirse en un proyecto saqueador de ideas o de conceptos. Yo creo que la rentabilidad es que la gente que participó en el proyecto, y las comunidades (que están involucradas en el desarrollo del proyecto) y los productores, y todo el equipo que ha estado, tenga méritos, y para mí, rentabilidad es que lo que genere la película, a nivel de ganancias, permita expandir ese universo, por ejemplo, desde otros formatos como el comic, la novela gráfica, video juegos, etc...

Un proyecto rentable, es un proyecto que te pueda dar la continuidad durante muchos años, que en diferentes ventanas se pueda generar rentabilidad desde otras plataformas, diversificar... Y bueno, retribuir la parte social, hay alguna gente que nos va a ayudar, desde la música, desde la historia, y es darle a cada uno su lugar y su crédito.

No sé cómo decirte muy bien, pues hasta ahora, el proyecto no ha generado ninguna ganancia.

¿Cómo ve el panorama Cali frente al panorama nacional?

En Bogotá se están haciendo muchas películas, pero el problema es que están quedando en el cajón, es un tema complicado. La película de Diego Guerra, "Desterrada", es una película que salió hace dos años en el festival de Francia, y hasta ahora no se ha visto en cartelera.

Hay un tema de distribución muy complicado, "Desterrada" duró casi 10 años en realización, pero no hay ningún espacio donde se pueda ver. Se invierte mucho en películas en el tema de cine animado, pero no veo que las películas estén saliendo, y si salen, unas salen de muy mala factura.

Pero el tema de talento, diría yo que en Bogotá hay mucho talento, en Medellín hay muchas series, pero no están haciendo cine, en Bogotá, por ejemplo ganaron otros dos proyectos. Lo que si se es que en Cali, se están haciendo proyectos muy buenos que ya se están consolidando.

Es posible hacer industria aquí en la ciudad, hemos luchado para eso, falta más entrenamiento, gente más capacitada, pero sí se puede hacer industria desde la animación, y a nivel de Colombia como país, se están dando los primeros pasos. Hay gremios, y nos estamos reuniendo en Bogotá, a hablar de eso, pero si toca hacer un trabajo, un esfuerzo entre las empresas, entre las cámaras de comercio, las instituciones educativas, pues se necesita profesionalizar a la gente en creación de personajes, composición, y eso es lo que se está intentando hacer acá.

Para usted, ¿es rentable hacer cine en Cali?

En este momento no, pero creo que vamos a llegar a un estado de equilibrio, creo que los procesos se van a continuar y van a crear rentabilidad.

Esta es nuestra primera película y espero que nos de rentabilidad, por lo menos para los próximos 10 años, para seguir trabajando en este universo, que es inagotable, que es un universo líquido, es un tema muy fuerte que se le hace para conseguir dinero, de inversionistas o del estado, y la sostenibilidad radica en esa gestión que se hace.

Pero hasta ahora ningún proyecto de los que se han hecho acá, ha generado retorno, así que por ahora no. Tenemos un aliado que es el estado, y somos la envidia de los países vecinos, por las leyes que tenemos acá, de hecho la ley de cine nuestra, la estudian otros países para adaptarla, como España, por lo tanto sí, nuestro aliado natural es el estado.

• ENTREVISTA DIANA KUELLAR - MAKING DOCS

En Cali, el documental se catapulta desde la escuela de comunicación social de la Universidad del Valle, gran parte de los proyectos nacen en este lugar. No estoy muy segura si hay otras productoras en Colombia, que se dediquen únicamente a hacer documental, desde formación, gestión, y producción, creería yo que, somos la única empresa, "Making Docs" que hacemos documental, ya que el documental no da dinero, así que las otras empresas productoras se dedican a hacer otro tipo de proyectos. Nosotros no lo vemos desde la forma económica, sino como una plataforma para presentar proyectos y conseguir coproducciones.

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película? (documental largometraje) (desde el guión hasta la distribución)

Hay diferentes formas de hacer un documental, una de ellas es con un guion en mano y vas a un rodaje con determinados días. Hay otro tipo de documental que es el de cine directo, con otro tipo de proceso en el que vas grabando por etapas, hay gente que se puede demorar muchos años haciendo documentales, entonces es muy difícil determinar un promedio desde que surge la idea hasta que se distribuye.

Con “Inés, recuerdos de una vida”, fue un documental en el que yo hice la producción, y la directora fue Luisa Sosa, que es una chica de Manizales, esa idea nació en el contexto del primer diplomado en documental que yo dirigía, y ahí se fue desarrollando, estamos hablando del 2008, en el 2009 aplicamos al FDC, pero en esa época no existía el estímulo para largometraje documental, había solamente una modalidad que era producción documental, que si te daban una duración de aproximadamente de una hora, entonces era la única opción a la que uno tenía posibilidad de aplicar, ya esto se fue diversificando, después salió escritura y desarrollo, en este momento hay cortometraje y largometraje, para ese entonces, aplicamos al de producción documental, y lo ganamos, ya teníamos parte del recurso y una vez teníamos el apoyo de esta entidad, era mucho más viable conseguir otras fuentes de financiación.

Así que, la primera etapa del proyecto es lograr ese presupuesto, y en paralelo en la parte creativa el director sigue desarrollando la investigación y la idea; se mueve alrededor de un año el proyecto, por mercados y pitching, primero se visibiliza el proyecto y de ahí se consiguen posibles socios o inversores del proyecto, depende de las características del mismo. Durante ese año estuvimos moviéndonos en México, en Buenos Aires, con ese y otros proyectos.

Apareció una opción de financiación que es muy interesante para Colombia, Señal Colombia, y este canal abrió convocatoria para trabajar como coproductores de proyectos donde en la misma bolsa meten todo, documental, ficción, series, etc. Entonces ellos cada año, asignan un presupuesto para los proyectos que apliquen a este mercado, le llaman el mercado de coproducción, nosotros efectivamente, aplicamos a este mercado en el 2010 y lo ganamos, en ese momento ya habíamos hecho un primer rodaje con lo del FDC, ya habíamos hecho toda la parte de preproducción, investigación y un rodaje, cuando llegó Señal Colombia que fue en el 2010, teníamos ya recurso para otro rodaje y posproducción, Señal Colombia te pone una pauta, por eso también los ritmos de

las películas y los proyectos, están un poco sometidos a lo que te impongan las fuentes de financiación, digamos FDC te da dos años para entregar una película terminada, FDC tiene una cosa y es que ellos no te revisan si la película quedo bien a nivel de contenido, si está bien el guión, no... vos entregas una película a FDC y esa película a veces, y te lo digo, mucha gente hace eso, entrega un primer corte de la película pero para cumplir con la fecha del FDC, la entrega como película terminada con créditos y todo, pero no necesariamente esa es la película que vos difundís por los medios, entonces normalmente eso es para cumplir, pero ya con Señal Colombia es diferente, el contrato con ellos, desde que te aprueban el proyecto y firmas contrato, hasta que entregas la película terminada y sale al aire, es un trayecto de 18 meses, entonces vas sumando, más o menos a mediados de 2010 en Junio, ganamos este estímulo de Señal Colombia y ahí ya nos marcaron una fecha, entonces entregamos la versión para ellos, que era una versión televisiva, pero todavía nos faltaba la versión theatrical, que es la que se hace en pantalla grande, entonces ahí nos tardamos otro poquito más en postproducción. En Señal Colombia, creo que fue en el 2011, que salió al aire la película y ya finalmente en ese año fue que estrenamos "Inés" en un festival en Barcelona.

Una vez que ya lo sacas en theatrical en un festival, ahí ya se termina y ya viene otra etapa que es la de la distribución.

Antes habían unos tiempos también para la exhibición y distribución de los documentales, y es que hacías tu gira por festivales, que antes más o menos duraba un año, luego estrenarla en cine era impensable en esa época, ahora sí, porque ya hay un estímulo de Pro imágenes que incentiva que los documentales

sean estrenados en salas de cine en Colombia, pero antes ningún exhibidor iba a coger un documental, y creo que "Apaporis" de Antonio Dorado, fue uno de esos que logró entrar a salas de cine y esa es una de las grandes hazañas de "Apaporis", por ejemplo.

Entonces lo normal era festivales, ronda de festivales y luego en paralelo, pantallas alternativas, universidades, centros culturales, comunidades, depende del tema de la película.

Luego están las maletas de distribución, que también las tiene Ministerio de Cultura, que básicamente apoya un montón de maletas de distribución, algunas salen también, incluso por la cinemateca, yo te lo digo por otra película que yo hice, que no era largo, “Mamá Chocó”, esa era un formato televisivo prácticamente, 56min, pero por ejemplo, la circulación de esta película fue mucho mejor que la de “Inés”. “Mamá Chocó”, pasó por 33 festivales, festivales pequeños por todo el planeta, que les interesaba el tema de los afro, de las mujeres, de los desplazados o refugiados de guerra, entonces ahí estaba este documental. “Inés” planteaba una cosa más de autor y había una cosa sobre la violencia de género, era más difícil de digerir, no es lo que la gente está acostumbrada a ver, entonces por lo tanto, también fue más difícil de difundir, pero se logró eso de Señal Colombia y ahí tuvo una pantalla interesante y hoy en día, todavía seguimos moviendo esa película, acabo de mandarla a una maleta del Ministerio Cultural... según eso, “Inés” oficialmente es del 2012, su estreno, entonces, 2008 nació la idea, 2012 se estrenó y estamos a 2016 y todavía estamos intentando mandarla para que esa película se vea.

Claro, cada película tiene un ritmo diferente, “Marimbula” que es la que estoy terminando ahora y que se va a estrenar en la Muestra Internacional de Documental de Bogotá, desde que tuve la idea, que fue hace un montón de años, pero digamos, desde el primer movimiento que yo hice con esa película en busca de financiación, que fue en el 2004, lo presenté a Doc TV, que es una de las fuentes de financiación que surgieron en Latinoamérica y que está buena, que esa se da cada dos años y es una buena posibilidad, solo que ahí hay que seguir unas normas que es de temática, o sea cada vez que sacan ellos una convocatoria, ponen un tema; la última vez era la felicidad, por decir algo, y hace 4 años era el campo, entonces tu proyecto tiene que ajustarse a esa temática en tu país, porque normalmente, eso se hace en todos los países latinoamericanos,

todos sacan su documental de Doc TV, hay algunos que no, unos que entran, otros que salen pero casi todos los países latinoamericanos están ahí, entonces esa es otra fuente de financiación y yo tuve digamos una experiencia con Doc TV en el 2004 con “Marimbula”, pero no gané, ahí arranqué todo y me puse a reescribir y a adaptarme a las diferentes convocatorias a ver si lograba conseguir algo de dinero, solamente en el 2012, Marimbula ganó el estímulo a largometraje documental, y ahí ya lo tenía avanzado, ya había grabado algunas cosas, la investigación estaba avanzada y solamente ahora en el 2016 se va a estrenar la película y va a arrancar con la ruta de festivales y luego la idea es poder estrenarla

en pantalla, aprovechando este estimo que da el FDC a largos, incluyendo documental, entonces esos tiempos se han acortado, volviendo al tema anterior, ya no es el año y medio de festivales y luego theatrical y luego tv, sino que, ahora se van sobreponiendo, vos lo estrenas en festivales pero a los poquitos meses ya lo estás sacando en salas comerciales y en un año prácticamente, ya has cubierto todas las pantallas de exhibición, además de que han aparecido otras pantallas que son las de internet básicamente y pay per view, entonces eso se ha cortado, lo que antes era más o menos casi 3 años, ahora ya en 1 año lo agotas y ya después sigues circulando por ahí, por acá, un año más aproximadamente, pero digamos que lo que antes hacías en 3 años ahora es 1 año.

Esa es mi experiencia desde las películas que he hecho, y bueno, ya como coproducción internacional, te puedo contar la de “Nueva Venecia”, nosotros fuimos coproductores, nos ganamos el estímulo con FDC en el 2013, pero ellos venían ya trabajando como 2 años atrás esta película, Making Docs entró en el 2013, desde el 2012 empezamos a hablar y lo presentamos al FDC y ganamos y se estrenó este año, tuvo lo mismo de señal Colombia, más o menos ese mismo recorrido y ahora está en theatrical.

Entonces definitivamente los tiempos sí varían, pero en menos de 5 años, desde la idea hasta que sale al aire, yo creo que menos de 5 años, estoy hablando de cine independiente, no documentales por pedido o con financiación asegurada, eso ya es otro panorama a nivel de producción, ese ya es otro mundo que no es este, este se hace con las uñas y sacando plata aquí y allá, buscando mercados, haciendo pitches, convocatorias, todo depende del tema.

¿Generalmente cómo se financia la producción de una película?

En Colombia, principalmente es FDC, Ministerio de Cultura también tiene una convocatoria que saca anualmente, pero Min Cultura es mucho más restringido, digamos para el cine de autor es mucho más complicado entrar en la convocatoria de Min Cultura, porque ellos trabajan más el formato televisivo y con ciertos temas, que son los que les interesan a ellos, entonces ahí hay otra fuente de financiación que está destinada al documental, luego hay otras convocatorias más regionales, por ejemplo, yo sé que en Bogotá, está la de la Fundación Álzate Avendaño, en Cali está la convocatoria que saca la Secretaría de Cultura y la Gobernación, eso según lo que entendía, porque yo no he estado estos últimos

años, pero la Secretaría de Cultura de Cali, o sea, la de la Alcaldía, se supone que también iba a sacar una convocatoria, pero la diferencia es que estas convocatorias regionales no están destinadas a financiar proyectos documentales, si no a financiar proyectos culturales, y dentro de estos, puedes incluir un proyecto documental puede ser que te premien tu proyecto documental pero dentro de esa categoría puedes estar al lado del Festival de Cine de Cali, de un proyecto de danza, otro de Feria del Libro, por ejemplo, están todos estos proyectos en la misma bolsa, entonces esa es la diferencia.

Luego, internacionalmente, encuentras el de Doc TV, que ya te dije que eso es a nivel latinoamericano y hay unos fondos internacionales como el IDFA, como Tribeca, Altercine de Canadá, digamos esos son los más reconocidos, donde puedes aplicar si tu proyecto cumple con unos estándares internacionales que ellos tienen. Luego está Ibermedia, que lo que hace es apoyar, ellos tienen una modalidad de financiar proyectos que son ficciones y documentales, que es algo como un préstamo, pero que si lo manejas bien, es una fuente de financiación buena e interesante, pero lo que sí te exige Ibermedia, es que tienes que tener coproducción con otro país latinoamericano.

También está la parte privada, que te soy absolutamente honesta, yo jamás he trabajado con eso, primero no he buscado, ni he trabajado con dinero proveniente de la empresa privada, yo sé que “Nueva Venecia”, donde Marta Orozco fue la otra productora ejecutiva, ella sí se movió mucho por esos fondos privados, para buscar recursos y yo le pregunté a ella si de verdad eso valía la pena, porque es muy complicado que alguien te meta plata a un documental, a una ficción es mucho más fácil, es diferente la ficción, definitivamente, y ella me decía que no, que realmente es mucho el desgaste de energía, de tiempo personal, de trabajo, comparado con el resultado, porque para la película en sí misma, no representa una gran ayuda... yo personalmente, opino desde mi perspectiva, que no funciona, y a mí personalmente no me interesa, puede ser que algún día me va a interesar en algún proyecto específico, pero hasta ahora no me ha interesado, pero igual es una opción que hay.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas?, ¿cuenta con uno por película o cada una de ellas va dictando su camino?

Ya te dije más o menos la ruta de exhibición... Eso depende por temas, ya es los lugares donde los vas a mover, si yo voy a hablar sobre un palenquero o afrodescendiente que viaja a África, es un espacio diferente, a que si simplemente es una crónica de un viaje de un adolescente al lugar de sus raíces, a una película que denuncia el abuso en derechos humanos, son escenarios diferentes, pero así en general, son los festivales donde encuentras los nichos depende de tu película, porque hay películas que son digamos tipo A, como fue "Paciente", y buscas los festivales que tu temática y tu forma de película, se ajuste.

Luego están los canales de tv, que es Señal Colombia básicamente, los privados como Caracol y RCN, sé que están comprando documentales, porque yo he visto que hay alguien siempre en los mercados por ahí viendo documentales, pero en la realidad no sé qué tanto es que adquieren estas películas.

Por ejemplo, con Señal Colombia, ellos son coproductores, hay dos opciones para negociar tu documental en una pantalla de tv, que es, antes de hacer la película y eso se llama preventa, donde básicamente, el canal o el distribuidor entra a ser como un coproductor, o sea, gente que financia la película, entonces para darte cifras, un coproductor, una preventa puede ser perfectamente por 20.000 dólares o 30.000, y la otra es cuando ya tenes terminada tu película, la vendes, para que hagan 2 o 3 pases en un año, ahí te pagan 5000 dólares... o sea, hay una diferencia bastante grande, y la diferencia también del por qué es tan distante un valor del otro, es porque el coproductor, como ya sabrás, es dueño de un pedazo de la película, entonces normalmente por eso la negociación es diferente también.

Yo creo que, Caracol no entra en preventa, ellos compran producto ya terminado, no sé RCN, pero estos canales privados no tienen un impacto importante en la producción documental en Colombia y luego están las salas de cine, con un estímulo que si lo investigas, está ahí en la página de Pro imágenes, se llama "estímulo a la promoción para el estreno", donde impulsan a las películas para que sean vistas comercialmente, pero es el productor el que tiene que gestionar todo, buscar las salas, etc. y estás un poco en manos de los exhibidores.

Luego ya están los canales internacionales y los pay per view, festivales online que te compran la película y ya queda ahí colgada... ahorita mismo hay una alianza entre varios países que se llama "Retina Latina", ese es otro espacio de difusión donde la gente puede ver gratis películas, entre esas documentales, a

través de la red. Ya los espacios y el target lo determina el tema y el tipo de película.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Si te dedicaras solamente a esto, no tenés un medio de vida, decente digamos, o sea no podrías vivir de hacer documentales, y eso ya lo ves con lo que te dije, te demoras 5 años haciendo una película, y a menos de que tengas varios proyectos en paralelo, pero es muy complicado sacar ya adelante una sola película como para hacer eso, hay gente que lo logra y productores ya más industriales que de pronto, pero no creo que hacer documental se logre eso.

La ganancia básicamente es que si vos ganas unos fondos, logras cumplir con el presupuesto que te has puesto, pues vas a ganar unos honorarios por el trabajo que vas a hacer en la película, si vos sos productora, en el presupuesto habrá una cantidad que está destinada para vos, otra al director, etc... entonces el objetivo es lograr cubrir esos renglones del presupuesto y básicamente más que una ganancia en realidad, es que se te está pagando por el trabajo, yo creo que eso es como lo mínimo que uno quisiera hacer con los documentales que no siempre se da, y como ves, una vez terminada la película, te la compran en 3mil 4 mil 5 mil dólares pero eso es súper excepcional y eso de pronto te sirve es para recuperar un poco el dinero, o sea la inversión que habrás hecho. Porque de todas formas ese sueldo que tenés ahí en el presupuesto no compensa todo el tiempo que uno le dedica a una película, distribuido en el tiempo, tendrías menos de un sueldo mínimo de un trabajo normal, entonces yo creo que ahí económicamente es por lo menos tener unos honorarios, como la vida del Freelancer digamos, eso es lo mínimo a lo que uno debería aspirar al hacer una película y ya luego entras a eso de la experiencia y todo pero eso es como chistoso también, o sea la satisfacción de hacer tu proyecto si, en cualquier área no solamente en documental si no en la vida, todo lo que te de satisfacción pues lo podes ver como una ganancia de vida o laboral pero digamos en términos prácticos desde la producción de la peli en realidad es muy poquito, creo que no hay una plusvalía como se diría en las películas es muy escaso, se puede dar pero es muy mínimo, entonces en realidad es un trabajo que normalmente va a acompañado de otros trabajos., la gente que hace documental se desempeña

haciendo otras cosas también, puede ser con el documental como hago yo, que soy profesora en la escuela de comunicación de la universidad del valle de documental, de producción de guión y de gestión de documental y dirigía pues el diplomado y hay gente que se desempeña haciendo otras cosas para subsistir, ya la otra ganancia que no es económica cada uno creo que lo valorara de una manera u otra, por algo hacer un documental es mucho mas que hacer un documental, para mí es un pedazo de vida donde estoy ahí metida, no es solamente hacer una película, y por eso me gusta hacer documental, porque me gusta viajar porque me gusta interactuar con la gente, hay otras personas que es por el cine mismo, a mí no, yo en estos días hacia la reflexión y no es solo el cine sino que a mí me gusta esa parte antropológica de estar investigando y para mí eso es lo satisfactorio. Mas como realizadora, ya como productora es súper chévere cuando vos logras gestionarla el proyecto a otra persona y conseguir recursos para que ese proyecto sea viable y sea posible, es súper chévere si es un proyecto que te gusta y claro la única manera en que cojas un proyecto es porque te gusta.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Yo lo de la ley de cine lo reconozco, he sido súper apática con esa ley, he visto que la gente habla por allá pero a mí me parece que eso es muy complicado, sobre todo para el tipo de proyectos que nosotros manejamos, es meterse como en camisa de once varas, es muy costoso, no se justifica la inversión con respecto a la ganancia porque sobretodo esa ley de cine es muy útil sobre todo para películas de muy alto presupuesto, donde hay que hacer toda una gestión administrativa ante la DIAN para eso que vos aportaste a una película luego te lo reconozcan tributariamente, y los documentales honestamente no tienen esos presupuestos tan grandes como por ejemplo los largos de ficción, un largo de ficción es 1millon de dólares, un doce con 100.000 dólares ya es impresionante. Entonces sí, yo pienso que es mucho desgaste meterse uno ahí, entonces por ahí yo no he explorado mucho pero si he oído que la gente se mete sobretodo en la ficción.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temáticas narrativas?, ¿cuál es el panorama en los mercados internacionales?

Yo me ponía a ver la producción documental en Colombia y me di cuenta que la mayoría de esas películas que se hacen llamar documentales en Colombia en realidad no lo son, sino que son reportajes en profundidad porque como precisamente habían tan pocas posibilidades de financiar, porque vos sabes que lo del FDC salió apenas hace 14 años más o menos, entonces la producción siempre era muy enfocada hacia la tv o de un manera más institucional, entonces si habían unos que se destacaban, por ej. Lo de Marta rodríguez, Dago García, como unos Oscar campo, Luis Ospina, Carlos Mayolo, pero son contados, si vos lo tomas así como desde la propuesta cinematográfica. Entonces como de repente me parece que en los últimos años eso ha cambiado y por lo tanto ha cambiado también la percepción desde el extranjero de lo que es cine colombiano incluyendo el documental, lo más interesante es que los documentalistas al estar desligados de esa maquinaria de producción que te exige o que te impone ciertos parámetros, se ven libres de trabajar mucho más experimentalmente el género documental, los que no hacían reporte en profundidad, entonces si uno ve el cine de Oscar Campo y sus discípulos es muy experimental, y muy interesante a nivel documental y esto estuvo oculto hasta ahora. La gente de afuera se ha dado cuenta que algo está pasando en Colombia a nivel de propuestas cinematográficas y documental, justamente yo estoy haciendo mi proyecto de investigación sobre eso, y hay dos directores más colombianos, uno caleño y uno paisa, que se formaron en el exterior, que por cierto es una característica que es muy común, Felipe Guerrero que vive en argentina, y Camilo Restrepo que vive en París, la propuesta documental de ellos rompe con esta onda televisiva, es una propuesta plástica, que contiene una propuesta de pensamiento y esto ha sido valorado internacionalmente y premiado en diferentes festivales. El mundo está mirando a Colombia ahora, y obviamente arrastrado por la ficción, pero ahí se pega un poquito el documental.

Los mercados terminan siendo una especie de “circos” que al final los resultados son tan poquitos, uno estando allá quiere hablar con el commission editor de un canal de Brasil con la esperanza que te compre tu proyecto, y dentro de la diplomacia de estos eventos todo funciona bien, y a todo el mundo le parece increíble tu proyecto, y algunos sobre salen más que otros, y es ver literalmente un mercado, todo el mundo repartiendo flyers, corriendo de un lado para otro, y si

siempre hay documentales colombianos, con propuestas interesantes y que entran dentro del ámbito de lo exótico, pero no todos interesan, y menos en Europa que ya tiene su línea documental bien marcada, y pocos documentales son los que entran. Los casos específicos de proyectos que han gustado son Paciente de Jorge Caballero que vive en el exterior, Irlanda, y desde afuera es que mueve todo, esto le permite moverse más a nivel de mercados.

En general el documental latinoamericano, específicamente el Colombiano, se destaca hoy en día, y aunque México y Argentina tienen su tradición por fondos de apoyos, Colombia logra llamar la atención, en el mundo se destacan más las ficciones-documentales, pero el documental como tal no pasa desapercibido.

Con respecto a las temáticas narrativas, con esta movida del conflicto y posconflicto y la recuperación de la memoria, que no sé qué tan presente está en el documental de ahora, pero el tema de derechos humanos siempre es atractivo en ciertos círculos, pero en los mercados comerciales que es a lo bestia, es diferente, somos el “patito feo”, si los compradores no ven ganancia y tu proyecto dentro de los parámetros de televisión europea, no va a pasar mucho.

El FDC, como tiene estos estímulos automáticos para participar en mercados y laboratorios ha hecho que el documental colombiano siempre esté presente. Y el mundo sabe que en Colombia se está haciendo documental.

El documental es muy dinámico y Colombia ha entrado rápidamente en esta tendencia, y una de las cosas que tuvo que ver en esto fueron las 6 versiones del diplomado internacional en documental, dictada en la escuela de comunicación social en Univalle, por la que circularon guionistas, productores, directores, de todo el mundo, desde Japón, Europa, y esto hizo que se nutriera el documental, y que surgieran propuestas mucho más sólidas. Esto adicional al festival internacional de cine en Cali, ayudó a que se vieran otras maneras estéticas y temáticas de hacer documental.

¿Cuál es el panorama en la producción de documentales en Cali? ¿Cómo ve la nueva generación de realizadores?

La producción documental en Cali, está promovida por las escuelas de comunicación y de cine, tiene que ver también que los requerimientos de producción de un documental son mucho más viables, no se necesita un equipo técnico tan sofisticado ni mucha gente. De primera mano, la gente que está interesada en realizar cine, entra muchas veces por el documental, aunque no quiere decir que hacer documental es más fácil, pero si es más viable económicamente así se demore uno 5 años en la grabación. Los medios de financiación también provienen de las mismas escuelas, y asesoría de los profesores, así que hay una producción constante de pequeños documentales, de largometraje si es muy poquito lo que se hace, es una plataforma para empezar a hacer, de a poquito a poco proyecto más ambicioso, pero Cali es un laboratorio de documentalista, muchos de esos proyectos han sido reconocidos en festivales universitarios y grandes festivales.

Y el diplomado lo creé yo, lo dirigí y lo coordiné hasta el 2013 hasta que salí del país a estudiar, y lo siguió asumiendo Oscar Campo, pero Ibermedia que era una de las principales fuentes de financiación, suspendió la ayuda, porque quitaron la modalidad de financiación de proyectos entorno al cine. Entonces se nos fue una entrada de dinero importante, y queríamos refrescar un poco, y parar por estos dos años, y la idea es volverlo a hacer con nuevas ideas, potenciarlo, y en el 2018 gestionar el próximo diplomado. También influyó el hecho que estamos a punto de sacar una maestría, entonces era también cuestión de logística, y burocracia.

Defina qué es la rentabilidad ¿Considera que es rentable hacer cine en Cali?

Yo no voy a hablar en el sentido simbólico, sino en el económico, así que significa que la realización de un producto audiovisual genere una ganancia, que además de que se autofinancie, que cada persona reciba su salario, de una ganancia. Eso para mí es un proyecto rentable, si quisiera hablar de la parte simbólica, es otra cosa, la parte social, cultural, etc.

Así que desde las lógicas de la economía no es rentable hacer cine documental en Cali, en ficción, existen productoras que han creado una dinámica, hace una película, empiezan otra, y están constantemente moviéndose y aunque son presupuestos bastante grandes con producciones internacionales, logra serlo.

Pero si hablamos del documental de autor, el que te sale de las entrañas, y lo haces porque tienes la necesidad, no es rentable, es muy complicado. Hay que conseguir dinero para vivir con actividades paralelas, otro tipo de trabajo.

- **Entrevista GERYLEE POLANCO**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película? (desde el guión hasta la distribución)

De acuerdo a las características de las películas unas son más complejas que otras, pero en general no menos de cuatro años, en un periodo de incubación más o menos de dos años de desarrollo, entre preproducción y rodaje, unos 8 meses y editar unos 6 u 8 idealmente, y luego entra la fase de promoción, que pueden ser unos cuatro o cinco meses intensos, y luego ya sigue la vida normal de la película. Ahí te van dando unos cuatro años.

Siembra fue una película que se demoró más, porque hubo mucho más tiempo de investigación, hasta que se convirtió en un guion, más o menos unos cinco años en un periodo de incubación, pero era ya un trabajo de mesa, y no se estaba haciendo un trabajo de financiación y creativo, si estuvo un tiempo estático, pero seguía andando mucho tiempo. Pero en realidad estuvo andando desde el 2012, y estamos en el 2016 y ahí están los 4 años.

¿Logra tener financiación en la pre y producción de la película, o generalmente cómo se financia cada etapa de la película?

La financiación se va dando por etapas, es muy difícil que uno cuente con todo el recurso para uno hacer toda la película, entonces uno va fondeando cada etapa, en desarrollo financia uno la investigación y la escritura del guion, en preproducción y rodaje que es la parte más gorda a nivel de presupuesto y que se necesita toda en un periodo de tiempo muy corto, entonces se fondea ya sea con estrategias de fondos de ayuda o con canjes, o patrocinios o ley de cine. Cuando estamos en preproducción volvemos al tema de fondos y es más prolongada en el tiempo no se necesita tanta cantidad de dinero junta, entonces es más fácil financiar la postproducción.

¿El dinero que se recauda en taquilla (nacional e internacional), festivales, ventas DVD, y VOD, obedece a una estrategia comercial de ganancia, o de financiación de la misma película?

En la experiencia del cine colombiano es muy complejo pensar que vaya a haber un retorno del 100% a través de la taquilla porque eso tiene unos factores muy complejos en términos del mercado, en términos de la percepción que la gente tiene del cine colombiano, por lo que no es un camino natural del cine nacional porque la experiencia nos ha dicho que no recuperamos en taquilla ni el 10% (no tengo clara la cifra) pero es un valor muy pequeño de lo que vale la película, pero uno hace el ejercicio de llevarla a salas de cine, porque quiere llevar un producto cultural, porque es importante llegar a esa instancia y hacer esa resistencia de que las pantallas de cine no estén monopolizadas por producto extranjero sino que haya presencia de cine nacional, pero en términos financieros eso no es un modelo económico rentable en este momento, porque primero hay muchas condiciones adversas en términos de cuánto tiempo una película colombiana está en cartelera, y eso depende de que la gente entre a ver las películas colombianas, y las percepciones del cine colombiano tiene unas contradicciones contra las cuales uno se enfrenta, a las personas no les gusta el cine nacional, piensan que es malo perse, segundo no permanecen las películas mucho tiempo en cartelera entonces dice que irá la otra semana, pero ya no está, otro factor que está en contra es que ponen la película en la sala de cine alternativa entonces la boleta es más cara, entonces la gente no va; en esa medida es muy complejo lograr una buena recuperación y que las taquillas sean algo significativo en términos financieros, no obstante las hay.

Hay unas condiciones que son adversas, pero igual uno como productor necesita recursos siempre, para financiación de la película o para cualquier proceso que uno esté desarrollando como empresa, obviamente uno necesita esos recursos, así sean pequeños son útiles pero no hay que pensar que ahí va a estar el retorno de la película, en mi ejercicio personal no, pero ha permitido darle una continuidad a los desarrollos empresariales, ayuda a que haya apalancamientos para otros proyectos y si hay unas utilidades pero son bajas, frente a lo que en términos industriales uno podría pensar que debería de ser.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Eso ha sido un ejercicio de irlo testeando cada mes, y una buena parte viene de los proyectos en cada una de las etapas, entonces siempre de los presupuestos hay unos recursos que se destinan para ayudar a solventar los gastos mínimos de tener una oficina de pagar un contador, y una buena parte viene de los mismos desarrollos de cada proyecto. Y en segundo lugar estas pequeñas utilidades que dejan las películas por ventas en taquilla o ventas de dvd o por fee de festivales que son pequeñas, pero ayudan a mantener esta estructura administrativa y logística de la empresa, pero es un ejercicio de mucho pulso de cada mes estar

viendo y proyectando qué ingresos se conseguirán, y es una cosa que en la medida que uno va creciendo va logrando más estabilidad.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas, cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Nosotros hemos tenido siempre la convicción que estamos dedicados a la producción de contenido de películas de hacer cine y que no es nuestra experticia manejar la etapa de distribución porque eso tiene otras lógicas, otros relacionamientos distintos y hay por fortuna agentes de venta que se pueden interesar en los productos nuestros, nacionales e internacionales, y ellos tienen desarrollando un networking, conocen como funciona la red de distribución y nosotros hacemos una apuesta por contar con agente de ventas, con distribuidores para las películas entonces en esa medida podríamos decir que es una constante, contratar un agente de ventas que se pueda encargar de ese agenciamiento por eso es importante que llegue a esa instancia acompañada de otra empresa que pueda hacer eso, porque es un trabajo de muchas conexiones que implica también mucha gestión, que a veces uno como productor no está en la capacidad porque está desarrollando los contenidos, entonces es una cosa que no podemos hacer todo a la vez, no obstante en el caso de SIEMBRA, nos hemos visto en la necesidad de agenciar nosotros mismos la película, y eso ha sido un aprendizaje interesante y darse cuenta de las complejidades de poner en escena la película, en diferentes ventanas, y entender la importancia cada vez más esa figura, con ese apoyo para que la película se potencie más.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Depende como veamos el termino de ganancia, ¿si hay una ganancia económica?, yo puedo decir desde mi experiencia que las hemos tenido en el tiempo además, no es una ganancia que te llegue al mes de haber estrenado la película, sino que va a llegando al año, o a los dos años, esto hace parte de las lógicas de moverse en diferentes ventanas, uno recupera primero en taquilla, luego VOD, luego va recuperando cada 6 meses o cada año, van juntándose los derechos de exhibición de las películas en los festivales, entonces es algo que va llegando de manera gradual, no es que llegue el paquete, entonces si vienen unas retribuciones de la película pero que son pequeñas, y en el tiempo. Y si hablamos de la ganancia, en otros términos, como experiencia de vida, experiencia laboral, y al campo cinematográfico, ahí sí puedo sentirme muy plena porque creo que ahí es donde realmente uno logra ver el alcance de lo que uno hace y la apuesta de lo que uno hace, y sentir que está haciendo coherente con lo que quiere hacer entonces en ese sentido las ganancias simbólicas son muy altas, reconfortantes tanto a nivel personal, como a nivel profesional.

¿En qué momento usted identifica que la película generará ganancias o pérdidas?

Uno como productor sabe muy bien analizar qué tipo de película tiene, y debe estar en la capacidad de desarrollar esa intuición y conocimiento el campo. Entonces yo hago cine dentro de una línea, y un paradigma autoral, en esa medida uno sabe que esas películas tienen menos salida comercial, por lo tanto, uno no genera unas expectativas falsas sobre eso, o genera unas expectativas moderadas o aterrizadas al tipo de producto que está haciendo, entonces yo no digo que voy a hacer una película y con ella voy a tener tanta taquilla, y uno lo habla con su distribuidor y sabe cuál es el promedio de taquilla que va a hacer por el tipo de taquilla que tiene y por las condiciones del mercado local o internacional, entonces es una cosa que uno logra saber de esas ganancias, entonces creo que depende del cine que uno haga uno sabe hasta qué punto eso va a tener una alta o baja rentabilidad, en este caso hay rentabilidad, la económica no es muy alta, pero permite que haya una sostenibilidad en el tiempo para seguir los proyectos.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

En general la ley de cine es una muy buena idea, y los empresarios dicen “que bien voy a tener una retribución por aportar al desarrollo cultural del país y eso me ayuda a mí económicamente a bajar impuestos” como idea es muy potente y coherente, ella en si mismo es muy redonda, pero pienso que en la práctica hay mucha resistencia de un empresario de invertir, de ir a riesgo, entonces no es tan fácil que se consigan inversionistas que hagan esa apuesta, la idea les parece buena, pero también por el hecho de que la ley de cine condiciona a que el dinero tiene que ser en efectivo, muchas empresas no tienen la capacidad de hacerlo, de pronto podrían ofrecer servicios, sus mismos productos, pero la ley de cine es en efectivo, eso hace que también sea muy complicado que aterricen esos recursos, pero eso también es un ejercicio de alto nivel ejecutivo y financiero, en esa medida es importante que uno esté acompañado de personas que manejen ese ámbito para que uno no termine quemado frente a los empresarios.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temáticas narrativa, cual es el panorama en los mercados internacionales?

Desde mi experiencia no he tenido inversores extranjeros, pero si he tenido la experiencia de trabajar con coproductores, y el ejercicio de la coproducción se plantea por un lado por afinidades estéticas y artísticas que permiten la

cooperación y colaboración entre gestión de recursos en el país de la coproducción, y desde las posibilidades de aportes artísticos al crew de la película, que se puedan vincular personas con las que ya llevamos un camino, desde la parte de edición, de sonido, y que también que el coproductor dialogue con lo que se quiere contar, que haya una mutua confianza en ese ejercicio de coproducción, es una confianza en el ejercicio artístico que se está llevando y en el desarrollo profesional de la producción, entonces desde ese punto de vista es un trabajo de mucha confianza y cooperación.

En este momento, que ya llevamos poco más de una década en el cual el desarrollo del campo cinematográfico colombiano ha ido engordando, ha empezado a ganar peso en el mapa de la cinematografía mundial, por un lado porque las escuelas de cine están haciendo una formación dedicada, logrando tener una trayectoria de diez, quince años, los docentes se han ido formando más, por lo tanto los que van saliendo mucho más robustos y pueden desarrollar proyectos con mucha más profundidad, con muchas más apuestas propias, entonces creo que desde la academia es un trabajo importante que se ha hecho, y por otro lado, todo lo que ha pasado con el desarrollo de políticas públicas, ley de cine, fdc, que ha posibilitado que se aumente la posibilidad de producción, por lo tanto ha creado una presencia en diferentes festivales, y mercados que hace que hay un posicionamiento del cine colombiano.

Y por último lo que ha pasado el último año, que tuvimos la posibilidad de que dos películas colombianas, hay tenido unos reconocimientos muy altos, como lo es la cámara de oro en cannes y estar seleccionada en los oscars, se dice ah ok, el cine colombiano existe y es esto, y hay una posibilidad de que hay algo ahí, y hay un foco que permite decir que está pasando algo en Colombia, y general un clima positivo.

¿Qué tipo de cine le interesa producir?

El cine que me interesa producir es el que se conecta con lo que yo soy como ser humano, que hable de mis preocupaciones, de mis preguntas con el mundo, y creo que en esa medida reconozco mucho la sintonía con los proyectos que yo he hecho son películas que hablan sobre sentimientos universales, apuestas que hemos hecho con los directores, con el colectivo, con el equipo técnico, de emprender una búsqueda propia, de un lenguaje, y eso es lo que me motiva como productora, potenciando también la relación de la historia con el productor, reformándola y materializándola, realmente tiene que haber una gran sincronía, porque va a ser muy difícil hacer na película sobre algo que a mí no me interese hablar, y un tema que a mí no me toque como ser humano.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores con relación a temáticas y modelos de producción?

Este momento de la cinematografía nacional está en ebullición en el sentido de hacia donde va a mutar, en Colombia podemos hablar de unos autores, como Víctor Gaviria, y también podemos pasar por César Acevedo, hay gente valorada y respetada, o también otros realizadores que vienen de vieja data y unos que van emergiendo ¿para dónde van? Como logran mantenerse, construir sus propias propuestas, es un momento de mucha ebullición y uno no sabe en este momento eso para donde va, pero si sabe que está pasando algo, es con el tiempo que uno puede ver qué fue lo que pasó, mientras estamos atravesándolo uno no puede darse cuenta lo que sucede, pero si hay un gran entusiasmo de creer en cómo hacer un cine innovador y viable económicamente.

¿Cuál es el beneficio directo para el cine caleño que brinda la ley 1556? ¿se ha beneficiado de la ley?

Es una ley que no solamente beneficia a Cali, sino a cualquier productor, es una ley muy redonda y muy pensada desde el punto de vista económico. Traer capital extranjero para que se desarrollen filmaciones que permiten aumentar el paso desempleo, y el uso de servicios está bien para movilizar económicamente el gremio, y desde ese punto de vista funciona bien.

La ley tiene otras caras, en relación a lo que han dicho algunos analistas, de esta ley en vez de hacer rebajas al capital extranjero, porque no se incentiva estas reducciones con mayor apoyo a promoción o distribución o la misma producción de cine local. Entonces tiene su lado A y su lado B, no obstante, las experiencias que se han hecho con esta ley, han sido en Bogotá, en Cali no conozco ninguna experiencia, y se han hecho entre 10 y 15 películas con esta modalidad. Eso está acá en proceso.

¿Cómo ve la producción de cine caleño con respecto al nacional?

Yo siento que el cine local siempre ha tenido un impacto en la cinematográfica nacional, eso es algo de genética caleña, los cineastas de Cali siempre han presentado películas que en el mapa audiovisual nacional han tenido un impacto, y ahora no es la excepción y eso tiene que ver con la cinefilia que hay acá, el gusto por ver películas, por alimentarse del cine, por la base académica que tenemos que permite una formación que motiva a los estudiantes de que estén en búsqueda de su expresión propia, y pensándose como seres humanos el

desarrollo de un arte. Es importante seguirlo cultivando desde ese punto de vista, y no es solamente un deseo muy plano, simplemente de construir una industria, sino que se quiere generar un movimiento, una ruptura, que dentro de lo convencional sea de alta calidad.

Defina rentabilidad

Hay una rentabilidad que es desde el punto de vista económico y financiero, y hay una rentabilidad del orden simbólico, dependiendo de cómo conoces tu producto, sabes cuál es el grado de rentabilidad que vas a tener, puede haber una rentabilidad simbólica muy alta, pero económica muy baja, o al revés, eso se ve en cualquier tipo de película y cualquier tipo de proceso, depende del proyecto, y de las apuestas que uno tiene y creo que finalmente, es irse siempre a riesgo, la rentabilidad es un riesgo, se puede tener una película comercial, pero no es rentable porque algo puede suceder, entonces no quiere decir que porque sea comercial, va a ser rentable económicamente, eso depende de la calidad de producto, de qué va a movilizar en el espectador, de cómo se conecta con las urgencias del contexto, y los consumos culturales del mismo, pensar en rentabilidad es pensar en un riesgo

¿Considera rentable hacer cine en Cali?

Siempre voy a pensar que, si porque me encanta tomar riesgos, es rentable por el hecho de querer hacerlo, nos deja experiencias de vida, de cómo hacerlo mejor la próxima vez, y siempre daré el sí.

• Entrevista JHONNY HENDRIX

En promedio, ¿cuánto tiempo toma la producción de una película (desde el guion hasta la distribución)?

Depende de la complejidad de la película, de lo que quiere el director, de la lectura del productor en esa película. Hemos tenido películas que se demoran dos años hasta la hora de lanzarla, por ejemplo, “Chocó” es una película que desde el momento que se nos ocurrió y comenzamos a escribirla hasta el momento que la lanzamos, se demoró dos años. Creo que hay películas que se pueden demorar menos, “Saudó” es una película que se demoró 7 años, “Anina” es una película que se demoró 8 años, entonces depende de la complejidad de la película; si es

opera prima también importa y depende de cómo se quiera contar la historia, mas depende de eso que de cualquier otra cosa.

¿Logra tener financiación en la pre producción y durante la producción de la película, o generalmente cómo se financia cada etapa de la película?

La película se tiene que financiar antes de la pre producción, es decir, toda la película tiene varios procesos, hay un proceso que se llama guionización, que es tener la idea, escribir el guión y empezar un desarrollo, ese desarrollo normalmente es pensarse la película, con quién la voy a hacer, escribir el guión, hacer varias escrituras del guión, viajar por varios fondos, dar a conocer la historia y casi que enfrentarla a muchos tutores o a muchas personas que te pueden de alguna u otra forma, dar la mano o acribillar la misma historia. Entonces, de ahí viene un proceso de financiación, ese proceso normalmente dura un año o seis meses, depende de qué tan bien armado esté el proyecto, ese proceso casi siempre lo encasillan en el desarrollo de la película pero yo casi siempre lo separo, tiendo a decir que son dos procesos muy distintos. Después de obtener la financiación, viene la parte de preproducción que es donde ya contratas a todo el equipo, empiezas búsqueda de locaciones, haces casting y de ahí ya se viene el rodaje de la película que es donde hay que tener todo para rodar la película y se hace un proceso de post producción y de lanzamiento.

Todas mis películas las he financiado antes de llegar a la preproducción y algunas veces, hay cosas que se quedan sueltas, que para bien o para mal quedas debiendo, no te alcanzó la plata que tenías o conseguiste una financiación que es solamente para pre producción y producción, entonces empiezas a buscar dinero para la post producción, pero casi siempre la financias completamente.

¿El dinero que se recauda en taquilla (nacional e internacional), festivales, ventas DVD, y VOD, obedece a una estrategia comercial de ganancia o de financiación de la misma película?

Lo que pasa es que hay dos cosas: cuando buscas financiación, esa financiación puede ser de fondos internacionales, de fondos locales o pueden ser inversionistas, entonces, en el caso de que sean fondos, colombianos o internacionales, a veces tenés que devolver esos dineros, otras veces no, pero son aportes igual, entonces si tu presupuesto es de 1 millón de dólares y obtuviste 500.000 dólares de inversionistas privados, cualquier dinero que venga no es

ganancia, es recuperación; entonces recuperación significa que vas a pagar todas las deudas, que vas a quedar a paz y salvo con los inversionistas y luego de eso entonces, ya empezás a obtener unos recursos que empiezan a ser ganancia, entre comillas. Uno casi siempre lo que hace es un cuadro de deudas o un cuadro de inversión o plan de financiación, y en ese plan de financiación sabes a quién le debes o quién entra colocando un dinero fuerte en la financiación de la película, y ese personaje es con el primero que tenes que quedar a paz y salvo. La película fue a la taquilla, tuviste un inversionista de 100.000 dólares, hiciste 100.000 dólares en taquilla, esa plata se va derecho para tu inversionista porque es con la persona que tenes que quedar a paz y salvo, a menos que tu película tenga deudas, si la película tiene deudas, por ejemplo que al señor que hizo el afiche no le pagaste, que al que hizo el tráiler le debes, entonces vos entras a pagar todo eso y lo que queda es para devolverle al inversionista. Cuando el inversionista ya está en el punto de equilibrio, si no tenes ningún otro compromiso con él, porque a veces y hay casos donde uno da un incentivo del 8% de la inversión por el hecho de que el inversionista puso dinero y creyó en el proyecto antes que cualquiera, entonces uno paga ese dinero; si no hiciste ningún compromiso adicional, entonces a partir de quedar a paz y salvo con él, empieza una cosa que es ganancia, y esa ganancia se divide 50 para el inversionista, 50 para vos. En últimas, de todos los dineros que vos de alguna u otra forma recibis, de taquilla y de ventas internacionales, lo primero que tenes que hacer es quedar a paz y salvo con el inversionista o con los fondos que te hayan facilitado el dinero, después de que ya logras ese punto de equilibrio entonces ahora si empezas a obtener una ganancia real que es tanto tuya como del inversionista, y cuando digo tuya es del productor, de la producción de la película.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Nosotros no es que seamos sostenibles, es que vivimos a partir de los salarios que fijamos o ponemos en cada película, es decir, si hay una directora de desarrollo en la empresa, la directora de desarrollo vive de cada proyecto que llega a la empresa y se le paga por cada proyecto que llega a la empresa. Vivimos, literalmente, de que estos proyectos tienen que dar resultado, en el sentido de que nosotros tenemos un equipo muy pequeño, nuestro equipo lo que hace es guionizar historias que se nos ocurren a todos, tenemos un equipo de redacción que nos reunimos los lunes y hablamos de historias y así las vamos madurando y cuando vas a ver, tres meses después tenemos 3,4, 5 guiones, porque tenemos esas personas que escriben; esas personas necesitan que esos proyectos salgan adelante para poder ganar sueldo, entonces solamente cuando ganamos convocatorias de desarrollo, de escritura o de producción, esas personas reciben sueldo.

El departamento de desarrollo, son las personas encargadas de mandar a las convocatorias, de mirar que el proyecto se madure, que crezca, esas personas necesitan que los proyectos ganen convocatorias, conseguir inversión y además tener un buen plan de trabajo para poder ellos recibir un sueldo, porque si eso no ocurre, nunca va a llegar ningún dinero. Nosotros como productores también hacemos lo mismo, los que hacemos apuestas por proyectos, que creemos que son ganadores, que les podemos conseguir inversión, que les podemos conseguir fondos y en la medida que esos fondos lleguen, pues nos pagamos sueldos, sino no podemos.

Entonces la única garantía que nosotros tenemos es tener buenos proyectos, hacer un trabajo arduo de financiación y en la medida que eso ocurra, nos pagamos sueldos. Es matemática pura, si trabajas tienes, si no trabajas no tienes. No es que nosotros vivamos de los fondos o de otra manera, tenemos también inversionistas privados que aportan, lo único es que tenemos que tener buenos guiones y un muy buen plan de financiación, un buen plan a futuro de pre producción, ese plan no significa que la película vaya a ser exitosa, puede que sea un fracaso, pero son planes que llegan a convencer a un inversionista de apostar por ese proyecto.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas? ¿Cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Nosotros siempre hemos pensado que cada proyecto dicta su manera, de lanzarse, de llegar al público. La verdad es que el público colombiano es tan extraño, tan bipolar, diría yo, que no sabes... a veces hay películas que no van a ningún festival y son un éxito en taquilla, a veces las películas van a un gran festival, logran un gran reconocimiento y vienen y son un éxito en taquilla, como a veces van y son un gran éxito afuera y vienen y son un fracaso en taquilla, y como también a veces no van a ningún festival y se estrenan y son un fracaso en taquilla.

Entonces nadie sabe lo que pueda pasar con el público, no hay un camino real que te diga “este es el camino para el éxito en el cine colombiano”, lo mejor es que hagas películas y las enfrentes a un público a ver qué pasa... yo siempre creo que hay que HACER, y seguir haciendo y haciendo y en la medida de que

hagamos muchas, vamos a entender cuál es el proceso real, pero somos una industria que está creciendo, que ni siquiera una industria ya montada y estructurada sabe cuál es la fórmula, por ejemplo, ahora están agotando la fórmula de los superhéroes y creo que va a llegar un momento en que la gente se

aburra de los superhéroes, en algún momento fue la comedia, en algún momento fue Tarantino y toda su sangre, pero creo que son momentos del cine mundial y creo que lo mismo le va a pasar a Colombia, va a llegar un momento en donde descubramos que solamente funciona en taquilla las comedias y nos dediquemos todas a hacerle la competencia a Dago García.

¿En qué momento usted identifica que la película generará ganancias o pérdidas?

Cuando llega el primer día de lanzamiento de la película en cartelera, es cuando ya decis “fracasé, me hundí, morí”, pero al mismo tiempo hay películas que el primer fin de semana fracasan en taquilla pero les llega un boom internacional que mueve todos los cimientos; cuando está en cartelera, es allí cuando te das cuenta, ejemplo, George Lucas cuando quiso hacer “La guerra de las galaxias”, cuando obtuvo los primeros recursos, él no sabía que iba a pasar en la taquilla, si George Lucas hubiera sido un fracaso, pues esos dineros se pierden, no hay forma, pero solamente cuando él llegó a taquilla y se dio cuenta que era el boom mundial y cuando todos los productores se dieron cuenta que era el boom mundial fue encontrar la mina de oro, antes no lo sabes, antes sigue siendo un proceso de desarrollo hasta terminar la película y sigue siendo un proyecto con el que no sabes que va a pasar en la taquilla. Por más de que tengas a los mejores publicistas, nunca sabes que va a pasar en la taquilla, porque el público es tan extraño, que una película armada para que funcione en taquilla, puede ser un horrendo fracaso, con grandes actores o lo que sea, como puede ser un éxito, la locura, sin saberlo

“Anina” fue una película que en Colombia le fue muy mal en taquilla, pero internacionalmente le fue muy bien, entonces nunca tienes claro eso.

Yo creo que el éxito de una película es un equilibrio entre tener una muy buena historia, ser una película poco costosa y en que sea una película que le guste al público. Si uno logra esas tres cosas puede llegar a funcionar. En el sentido de que una buena historia la quiere ver todo el mundo, en que llegar al público no lo sabes, puede que funcione, puede que no, pero el solo hecho de que la película sea poco costosa hace que el riesgo sea mínimo. La bruja de Blair es uno de esos ejemplos que uno dice que no les costó nada e hicieron miles de dólares, porque el riesgo es mínimo, no estás arriesgando casi nada. Ahora, cuando haces una película de muy alto presupuesto, el riesgo es tan grande que ni siquiera una buena taquilla en Colombia, la salvaría.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Yo creo que en su mayoría no copian, porque la Ley de Cine a pesar de que ayuda mucho, es un incentivo muy pequeño para un empresario; un empresario quiere ganar, quiere saber que si apostó poniendo un dinero en tu película, la recuperación va a ser inmediata, es decir, si en 6 meses no le puedes dar devoluciones, no sirve, prefieren meter la plata entonces al banco, que les da mucha mayor utilidad, eso es lo que piensa un empresario. Entonces normalmente cuando consigas un inversionista, es porque es un enamorado del cine, es un enamorado del arte y quiere apostar por un proyecto, quiere ver su nombre en los créditos, pero difícilmente un inversionista pone dinero en una película por la Ley de Cine, esta ley lo que si le ayuda es a ablandar un poco esa inversión, es decir, que si el inversionista pone 100.000 dólares, ya sabe que 41.000 dólares no los va a perder, pero el resto es a riesgo y a riesgo es casi que lo perdió. Entonces creo que el empresario que es alguien a quien le interesa solamente los números, casi siempre, cuando decide poner dinero en una película es porque, literalmente, le interesa el proyecto, quiere ver su nombre en ese proyecto y quiere apasionarse por el proyecto, de resto no, difícilmente.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y a las temáticas narrativas? ¿Cuál es el panorama en los mercados internacionales?

Es demasiado bueno, hay mucho interés por el cine colombiano, hay demasiado morbo, diría yo.

Lo que está pasando con el cine mundial es que se están acabando las historias, es decir, parece que William Shakespeare ya contó todo lo que tenía que contar, no solamente en cine sino también en la literatura, y desde esa perspectiva, la mayoría de historias se están quedando cortas, no hay un guión que logre sorprender. El cine colombiano si está saliendo con historias que logran sorprender y que logran dejar interesados a los productores y al público internacional, “El abrazo de la serpiente” es un ejemplo de ello, y creo que vienen más películas así y que se están haciendo muchas películas así.

Creo que lo que está pasando con el público colombiano es que estamos siendo educados desde niños y no lo notamos, estamos siendo educados por la televisión, en donde vemos series solamente, casi siempre gringas, por las novelas (RCN y Caracol), entonces cuando este personaje X que ha sido criado así, llega a la adolescencia o a la adultez, va a ver dos cosas: o súper héroes, que

ya las vio todas, porque ha sido educado con eso, o comedias llevadas al cine que son casi que novelas, que fue lo que vio cuando era niño. Entonces, eso es como el análisis que yo hago a la hora de ver si a una película le va bien en Colombia o no, y creo que los damnificados o los castigados, es el público, porque han sido educados de tal manera que cualquier cosa que se salga del contexto de superhéroe y novela les parece una hartera, porque ya desde niños fueron educados para eso.

Ustedes, por ejemplo, fueron reeducadas, ustedes tuvieron la oportunidad en la universidad de que les cambiaran el chip, de que las enfrentaran a otro tipo de cine, de que las colocaran a leer otro tipo de narraciones, y desde esa perspectiva, pues obviamente, no todos, pero algunos, se abren el panorama y se dan la posibilidad de ver otro tipo de películas.

¿Qué tipo de cine le interesa producir?

El que me guste. En Antorcha, la gama de películas ha sido tan variada y tan distinta que no podríamos decir que no nos gustan los thrillers, porque hicimos “Perro como perro”, que no nos gustan las historias infantiles, porque hicimos “Anina”, que no nos gusta el suspenso, porque hicimos “Saudó”, no podríamos decir que no nos gusta el cine de autor, porque todas tienen un poco de cine de autor; creo que tendríamos que leer un guion y decir “este nos gusta y este es”, hay cosas de las cuales uno se enamora, creo que depende más del momento de vida que uno esté viviendo, creo que es el momento de la vida de uno donde uno hace apuestas para cambiar o para hacer cosas que a uno lo llenan. A veces encuentras eco en el público y resulta que eso que a vos te llena al público le funcionó, a veces no.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores con relación a temáticas y modelos de producción?

No he tenido ese contacto directo; si veo que hay entusiasmo por el cine, pero entre nos, uno de los temas que quiero tocar ahora y que estoy como en un proceso de investigación, es ver, qué es lo que está pasando con la generación en Cali, porque siento que hay una generación más preocupada por la rumba o tal vez por otros entornos culturales y no necesariamente por el cine. Creo que es eso lo que está pasando, entonces siento yo, puede que esté equivocado, posiblemente me toque salir más, tener más charlas y más cercanía con los

jóvenes ahora, pero lo que yo siento es eso, que hay una quietud o una necesidad de salir, viajar, hacer otras cosas y no necesariamente el rodar, que era un intención más de mi época, hoy en día no lo siento tan así o no lo he visto tan así.

Lo digo porque la convocatoria del FDC, normalmente es un medidor y este año la mayoría de finalistas y ganadores fueron de Medellín, en los 10 años que lleva el FDC, es la primera vez que Medellín marca la pauta y eso no había pasado antes, siempre era Cali arrasando en todo, entonces por eso lo digo. Puede ser también, que la mayoría de productores o directores que vienen ganándose la convocatoria, estén o estemos dedicados a otros proyectos que todavía no han salido, puede ser.

¿Cuál es el beneficio directo para el cine caleño que brinda la ley 1556? ¿se ha beneficiado de la ley?

Nosotros no, porque no nos interesa, creo que es de buena ayuda, no digo que no, pero creo que es una ley hecha para otro tipo de empresas. La empresa de nosotros no ambiciona ser tan grande, nos interesa más, hacer proyectos pequeños y propios, películas que nosotros sintamos que hay algo nuestro allí.

Esta ley es más para otro tipo de empresas, que para bien o para mal, vienen de un fondo y no les importa la película que están haciendo, les interesa los números que están generando pero no la historia que están contando. A mí me interesa mucho que historia cuento y creo que por eso no hemos apostado por eso, por esa ley. No hemos apostado todavía hacer un película que nos traiga un productor gringo o europeo, por ahora. Nos han llegado proyectos que hemos dicho “no nos interesa”.

¿Cómo ve la producción de cine caleño con respecto al nacional?

Es raro, porque el cine caleño era la batuta del cine colombiano, llevaba la bandera, básicamente hace unos años podíamos decir que el 50% de la gente que trabajaba en cine en Colombia, eran caleños, hoy en día ha cambiado mucho eso, Medellín está tomando la delantera, no digo que ya la tomó, pero si se ve un porvenir para Antioquia que no está ocurriendo en Cali.

La convocatoria del año pasado del FDC, la mayoría de proyectos que ganaron eran de Medellín, creo que Cali está viviendo un momento de quietud, donde se está viviendo de otra manera.

He estado por fuera y anclado con “Saudó” y otros proyectos en este tiempo, pero lo poco que puedo percibir o lo que siento, es que Medellín está tomando las medidas cautelares para generar una cinematografía, Cali no. En Medellín se están dando unos incentivos bastante fuertes, se creó una comisión bastante buena y hay empresas en términos de industria queriendo armar todo un concepto alrededor del cine. En Cali, la mayoría de empresas cinematográficas se han ido y de las pocas que hay, creo que son Contravía y Antorcha las que se dedican al cine, de resto las otras se dedican a la publicidad, entonces creo que si hay un momento de calma en la cinematografía caleña y creo que ese momento puede ser largo, porque no sé cómo vengan los jóvenes, los que vienen trayendo ahora proyectos nuevos, no he podido vislumbrar el carisma que traen, pero en términos de gobernabilidad (gobernación, alcaldía), instituciones que pueden invertir y ponerle mucha más aceleración al cine en Cali, no veo hasta ahora funcione, no veo necesidad, por eso creo que Antioquia y Medellín van a tomar una delantera rápida en eso y estoy viendo proyectos muy brutales de los paisas, que pronto van a ser películas.

No sé si soy muy triste o muy deprimente en eso, pero creo que sí, que de alguna u otra forma se está opacando, se está apagando esa llama que antes llamaban “Caliwood”, por lo menos en esta generación, no sé si dentro de 3, 4 años esa vaina estalle en una cosa más grande, pero por ahora yo veo un cierto limbo, digámoslo así.

Defina el concepto de rentabilidad

Rentabilidad en términos de diccionario, es básicamente, un producto que no solo logra devolver la inversión, sino que además logra ser un buen negocio. Un buen negocio es que dobla la inversión y todo quedan felices porque recuperaste ese dinero y al final ganaste dinero con eso.

Lo que pasa es que el cine logra ser rentable en Colombia y hasta la peor película que le haya ido mal en taquilla logra ser rentable en Colombia, porque para mí, la rentabilidad viene en otros aspectos también y son aspectos culturales.

“Anina” es una película de 14000 espectadores en Colombia en taquilla, pero es una película que la han visto más de 2 millones de personas en Colombia, porque después de que salió de cartelera, nos dedicamos a ir a hacer presentaciones en lugares donde la gente no tiene ni agua ni energía, por lo tanto no va a tener como ir a pagar una boleta de cine, lugares donde se sientan madres cabeza de hogar con sus niños; en Cartagena, por ejemplo, tuvimos 5000 personas en una cancha

de futbol viendo “Anina” en una pantalla grande, si eso no es rentabilidad, no sé qué es rentabilidad.

Si hablamos de cine, hablamos de cultura, lo que pasa es que está mal visto en Colombia, porque en Colombia algunas personas a las que poco le importa la cultura, ven el cine o quieren ver el cine como industria, que está bien, es decir, tiene que generar números y eso está bien, pero creo que si de alguna u otra forma somos subvencionados por un gobierno y de alguna u otra forma un gobierno le está aportando a la cultura y a la creación, de nosotros como documento histórico, porque el cine no es solo hacer una película y ya, sino que es un documento de ese momento, de esa historia de ese país, entonces si logramos hacer eso y no logró hacer taquilla, no significa que esa plata se perdió, significa que esa plata también fue a otros lugares, que divirtió otros espacios donde normalmente no había ese entretenimiento, donde normalmente no hay esa expectativa de “voy a ir a cine y me voy a comer unas crispetas”, entonces nosotros con “Chocó” y con “Anina” hemos viajado por toda Colombia, presentándolas en el Amazonas, en los lugares más recónditos del Chocó, en Barranquilla, en Cartagena, en Santa Marta, presentándolas en muchos lugares de muy pocos recursos económicos en donde la gente no tiene como ir a una sala de cine, y si no tiene como ir a una sala de cine, pero vamos y les ponemos una pantalla gigante, se sientan madres cabeza de hogar que han sido empleadas del servicio en una Cartagena racista y demás, si vemos a estas madres cabeza de hogar un domingo con su hijo viendo una película, para mí, eso es un premio mucho mayor que 2 millones de espectadores en taquilla, y por eso creo que sigo haciendo cine, porque si me quedara con la taquilla hace rato me habría pegado un tiro.

Creo que la ley 1556, sí ha creado un mecanismo de generar dinero e industria en este país, pero esas empresas solamente prestan servicios, eso significa, según como yo lo tomo, que esa gente hace cultura para otros países pero no para nuestro país, en el sentido de que esa película genera industria, genera economía, genera dividendos, genera salarios, genera trabajo, pero no son películas nuestras, no son películas que de verdad hablen por nosotros, no son películas que muestren nuestra realidad o que la confronten. Las películas que de verdad nosotros estamos haciendo, son las que normalmente tienen baja taquilla y no porque sean malas películas, hace rato aprendí que no hay películas malas o películas buenas, lo que pasa es que hay películas que calan en un público y hay películas que no calan en ese público, simplemente son películas que ya dictamino el público que no le interesan, y esas películas logran filtrar toda esta cadena y convertirse en películas de entretenimiento para público o para zonas o lugares que normalmente no tienen entretenimiento, y en ese lugar a pesar de que ven novelas y viven de la tv, esas películas se convierten en un hito, simplemente por ser la primera película que tuvieron la oportunidad de ver en pantalla grande.

Entonces, normalmente esos hechos no están contabilizados, son hechos que a nadie le importan, y eso para mí, es una rentabilidad de país. Toda la plata del FDC, está invertida en ese tipo de cosas, por eso hacen una “semana del cine colombiano”, no es solamente para que apoyemos al cine colombiano, más que eso, es llegar a lugares donde el cine en general no llega, y si no llega y permiten que una película colombiana llegue, pues le están dando una oportunidad a la gente que no puede ver y eso es rentabilidad, según lo que yo pienso.

Si hablamos de términos económicos, no es rentable hacer cine en Colombia, no solo en Cali, sino en Colombia. A menos que simplemente prestes servicios, y desde mi punto de vista, eso no es hacer cine, es ser un a maquila, y si haces maquila no estás haciendo tus películas, estás haciendo las películas de otros, entonces eso, es rentable, hacer cine no es rentable... ahora ¿si es rentable culturalmente? Sí, es muy rentable culturalmente, porque está recogiendo la historia de nuestro país, es lo que somos y lo estamos dejando a un lado, simplemente porque alguien sentado en un escritorio dice “no, eso no genera taquilla”, entonces creo que hay que diferenciar las dos cosas, hay que aprender a ver.

- **Entrevista MARCIAL QUIÑONES**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película? (desde el guión hasta la distribución)

Una película puede tardar en producción 5 o 10 años, el tiempo importante de la producción es aproximadamente de 2 años. Contarlo desde guion es mucho más complicado, porque este proceso puede tardar muchísimos años, además porque los guiones de las películas animadas deben estar supervisados, porque una vez listo no se puede hacer cambios sobre él. Porque es tan costoso todo, y tan largo el proceso, que hay que ir muy a la fija. Entonces el trabajo de guion puede tardar mucho tiempo. El tiempo más real, si es el de producción que son aproximadamente dos años.

¿Generalmente cómo se financia la producción de una película?

Con fondos, concursos premios, y ese tipo de cosas, al tener como una financiación importante a través de estos fondos y premios, ahí si comienza a conseguir inversionistas, particulares (empresas). Hablando particularmente en Colombia, no hay muchos antecedentes de películas animadas en 3d, entonces lo que hay que tener es el respaldo, y el respaldo que se puede conseguir en estos momentos definitivamente es el FDC, entonces si una película comienza sin ganarse eso, es un proceso muy lento, pero entonces después de ganarse el fondo es más fácil acceder a inversionistas y gente que te apoye en el proceso. Ya con los beneficios tributarios.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Mi empresa a parte de los proyectos cinematográficos que estamos desarrollando, hacemos comerciales de televisión y videos promocionales, entonces nuestra financiación durante muchos años así gracias a esto. Últimamente hemos estado trabajando en contenido, más que en temas publicitarios, y gracias a la película, nos han empezado a llegar trabajos de producción de series, producciones para otros productores.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas, cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Esta primera película que estamos terminando, es una coproducción con España, y ellos están encargados de la distribución, posiblemente tengamos que negociar nosotros la distribución en Colombia con Cine Colombia, pero de resto debemos seguir las directrices de ellos. Se ha pesado buscar un distribuidor internacional.

¿Su película tiene algunas pre-ventas (VOD, canales de tv, bibliotecas)?

No, en este momento hay una posible negociación con COMFANDI, para hacer una entrega de boletas, que compraría Comfandi para la distribución, es lo único que se ha negociado en este momento, pero también con las limitaciones que si el distribuidor que contrate la película dice que eso no se puede, pues entonces ese tipo de negociaciones no se pueden hacer. Por lo general no se pueden hacer ese tipo de negociaciones hasta no tener firmado un contrato con una distribuidora grande.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Para mí en este momento es que mi equipo pueda estar trabajando durante un largo periodo, y que esté bien pagado, por el momento es la primera etapa. Lo de ya empezar a tener ganancias como coproductores después de la distribución de la película es lo ideal, lo que se espera tener, y que mucha gente vaya a verla, pero para ser honestos, en este momento no es una prioridad, porque sabemos que después de la primera película, sabemos que van a venir muchas más. Ese es el objetivo principal.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Aquí hemos tenido la desafortunada experiencia que nuestras películas no tienen ninguna rentabilidad, las películas en las que han invertido, entonces siempre están un poquito precavidos, al margen de todo, y ese es el primer tema que tenemos que cambiar.

Por eso te decía que lo que nosotros queremos hacer ahora es dar la confianza a los inversionistas de que esto es rentable de que eso funciona, de que una película animada tiene muchas ventanas más que una película live action, porque tiene merchandising, venta de muñecos, venta de muchas más cosas. Eso puede generar más confianza para el futuro, estamos concentrados de que el dinero es eso.

¿Cuál es el panorama de animación en Cali?

Muy bueno, pasamos de no tener absolutamente nada, a tener como 5 producciones en curso, en diferentes etapas, siempre que dicen cuál es la primera película animada en Colombia, ya debe estar por la primera octava, porque ya han hecho muchas producciones, creo que en magnitud Pixie Post podría ser una de las más grandes, pero en camino hay muchas películas que están en preproducción, producción y son muy buenas, de muy buena calidad, y que yo sé que van a cambiar... y todo eso está pasando aquí en Cali. Hay otras en Bogotá, Medellín, pero la mayoría está aquí en Cali, ese ha sido un trabajo de 6 – 7 años, pero todo ha empezado a converger justo en estos dos últimos años. Es ahora, y aquí donde está empezando a pasar.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente a los proyectos y producciones de cine animado que se están realizando en la ciudad, cual es el panorama en los mercados internacionales?

Esta confianza y esto que estábamos buscando hace muchos años atrás ya está empezando a pasar, se están empezando a contratar productoras nacionales, para hacer proyectos grandes, esta coproducción es un voto de confianza, que están creyendo que en Colombia se puede hacer, que eso no pasaba hace un par de años, al menos en los proyectos de este tipo, no contrataban un grupo de gente para que hiciera un proyecto, sino que de pronto buscaban asociarse y hacer un proyecto en conjunto, eso está mejorando muchísimo, y aun muy buena velocidad. Los dos últimos años se está empezando a ver eso, nuestra productora en este momento está desarrollando 3 proyectos internacionales, aunque tiempo atrás hicimos proyectos para televisión, y publicidad, era un servicio que se prestaba, Y yo sé que muchas productoras en Colombia están en el mismo proceso, y si se nota lo que se está haciendo.

En animación particularmente los dos últimos años se está viendo el incremento.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores?

Tienen que prepararse muchísimo y muy rápido, porque esto que era una hipótesis se está empezando a dar, así que creo que hay que prepararnos más y creo que hay que mejorar el ritmo de producción, porque la mayoría de cosas está llegando desde del exterior y estas exigen mayor velocidad.

Defina el concepto de rentabilidad

Para mí tiene dos etapas, poder generar trabajo para los equipos de aquí concentrado particularmente en Cali, pero a futuro, es bienestar para todos, para la productora que desarrolla el proyecto, pero también los empleados, para que los sueldos de este tipo de proyectos sean mucho más interesantes, y todo el mundo se pueda capacitar mucho más, y podamos hacer cada vez más proyectos más ambiciosos.

¿Considera que es rentable hacer cine en Cali?

Lo va a ser, ahora estamos en el proceso de transición, estoy seguro que va a ser muy rentable, y más de animación.

Ninguna de las grandes producciones ha salido al aire, ahora solo tenemos especulaciones, el cuaderno de lila está pronto a salir, Pixie Post está a punto de salir, va a salir en diciembre. Antecedentes que hemos escuchado, Anina le fue bien, pero no sabemos que tan bien, pero igual era una coproducción, más de afuera que de acá. Así que las películas que son de acá están a punto de salir y probar. Hay películas que son más experimentales, que no sabemos cómo van a salir, pero de las películas que estoy hablando, son películas comerciales, que tienen comercialmente una expectativa, pero la realidad la da el mercado, y esto es lo que necesitamos esperar a ver qué pasa.

ENTREVISTA MARITZA RINCÓN

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película (desde el guion hasta la distribución)?

Desde mi experiencia, una película puede estar en promedio entre 5 a 8 años, que por ejemplo es el caso de los proyectos con los que yo he estado relacionada.

Siento que hay proyectos en cine más fuertes si uno fuera como muy derecho y la cosa fluyera mucho, digamos que uno podría decir que un largometraje se puede hacer en 3 años, si hay una idea muy clara, si uno cuenta con la suerte de conseguir los recursos y la financiación rápidamente, se puede hacer en ese tiempo, pero como las experiencias de las que venimos acá son un poco más guerreadas, más pausadas y luego está el proyecto del director que viene con varias reescrituras de guion, después se suma una productora y pasa por todos estos esquemas de financiación de fondos, premios y tal, siento que obviamente eso hace que los proyectos se hagan muchísimo más extensos, entonces en los que yo he participado realmente ha sido ese promedio entre 5 y 8 años, hablo en general, no solo en la parte de animación.

¿Generalmente cómo se financia la producción de una película?

Mi experiencia es que la peli se va financiando por fases, por etapas. Entonces normalmente, primero se busca financiación para la escritura del guion, o puede ser una de las fases que de alguna manera se pueda asumir por el autor, digamos un trabajo en solitario de escritura, obviamente eso es tiempo, pero es un trabajo en solitario. Las fases que involucran equipo, conformar equipo y pagar la gente, pues es donde uno necesita buscar plata, entonces puede ser desde guion, ir fondeando guion, luego desarrollo, luego producción y luego en algunos casos postproducción y ya lanzamiento, y ahora pues, si uno es beneficiario de un premio del FDC, por ejemplo en producción, el premio de alguna manera te ayuda para producción y post, entonces en ese caso un solo premio te estaría apoyando dos casos y eso lo ayuda a uno a continuar. Si uno no cuenta con esos apoyos de financiación y uno digamos que logra hacer una peli y rodarla de alguna manera, como se la consiguió, con las uñas, puede que luego si te quedas parado después de rodar y busques un apoyo para posproducción o entres en concurso con el FDC para post u otros fondos de post, y puede que haya una parada ahí, entre que rodaste la película y entre que se empieza a editar y a terminar, entonces eso puede ser de distintas maneras pero también digo, desde mi experiencia se ha ido generalmente, fase por fase. La primera fase es entre guion y desarrollo, que es una gran fase, luego si uno consigue la plata para rodar, normalmente se rueda y sigue derecho hasta edición, serían como dos grandes bloques y ese segundo por supuesto es el más costoso de todos, es en el que se necesita más dinero.

No he estado en el panorama ideal de que toda la plata se consiga en desarrollo, que sería lo ideal para cualquier productor, desde el principio tener todo el dinero que va a costar la película e ir derecho hasta el final, es un escenario muy ideal que por supuesto creo que todos perseguimos, pero hasta ahora no es la realidad de ningún proyecto en el que he estado, entonces bueno, todo depende de cómo se mueva la productora o a que fondos acceda. Eso que te digo, es en un

escenario de fondos de participación y estímulos de convocatorias y de fondos, porque hay otros productores que se mueven más en mesas de dinero, en modelos de inversión y eso ya es otra cosa distinta y es probable que esas sean las empresas que puedan desde el principio decir “desde desarrollo, desde la pre, tenemos la plata para hacerla hasta el final”. Lo que yo te estoy hablando es mas a nivel de convocatoria, que ha sido nuestra experiencia.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

En Fosfenos, lo que hacemos es que, fosfenos tiene 10, casi 11 años ya, y digamos que los primeros 2, 3 años nosotros lo que hicimos era apoyar nuestro modelo de sostenibilidad, con base en prestación de servicios, entonces salíamos y hacíamos videos institucionales, comerciales, todas estas cosas, y uno así, a punta de hacer trabajos pequeñitos se lograba mantener un poco, pero eso era muy hartito, muy aburridor y siquiera en un momento superamos esa fase, mientras empezamos a escribir nuestros propios proyectos y empezamos a mandarlos a concursos, a tratar de conseguir dinero para hacer nuestros propios proyectos, hubo un momento en el que pudimos decir “chao, no hacemos más servicios” y creo que ya llevamos mucho tiempo sin hacer servicios afortunadamente, pues para nosotros es una fortuna, hay empresas que buscan especializarse en hacer servicios, ese es otro modelo, pero para nosotros fue por fin ir soltando eso e ir ganando terreno en lo que en realidad queríamos hacer que era concentrarnos en nuestros proyectos, entonces hubo una curva, los primeros 2 o 3 años de fosfenos fue así y de ahí en adelante hemos podido mantenernos a punta de hacer nuestros propios proyectos, pero ese esquema funciona en donde, uno necesariamente tiene que estar moviendo por ahí 4 proyectos al tiempo, porque entonces eso significa que unos mientras están en escritura, otros ya están en concurso, otros seguramente puedan estar obteniendo ya recursos y es un modelo financiado a través de proyectos.

Entonces con los recursos que se consiguen a través de estos, uno va manteniendo la operación de la empresa y va a armando los equipos que hacen posible esos proyectos, lo ideal es que uno lograra que se termine un proyecto y empiece el otro, encadenando y así logra sostenibilidad, que a veces uno no tiene la suerte de que eso le empate tan exactamente y ahí es donde entra uno en problemas. Nuestro modelo casi que requiere que un proyecto venga detrás del otro, digamos, esa es la forma como nosotros hemos podido encontrar mantenernos siempre.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas, cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Digamos que yo he tenido experiencias de apoyar los procesos de lanzamiento de 4 películas (El rey, Yo soy otro, Anina, Chocó), 4 pelis de ficción apoyando procesos de lanzamiento y siento que todas fueron casos muy distintos, cada uno muy particular, de acuerdo al momento en que nos tocó el estreno, las particularidades que tenía la película y de qué va la cosa. Con Lila (El libro de Lila), siento que nos vamos a enfrentar a otro panorama muy distinto, que eso será el próximo año, y siento que cada peli de acuerdo a su perfil, al tipo de película, y también a que uno como productor tiene que entender muy bien su película, tiene que entender muy bien el producto que tiene en la mano para saber cómo ponerlo al mercado, el modelo de distribución tiene que ver con qué momento, en qué punto se lanza, en qué época del año, si estás en navidad, en mitad de año, en vacaciones, en semana santa... tiene que ver de qué va tu película y como la vendes, no es un formato exacto que apliques a todas, por supuesto todas atienden en común algunas cosas, por ejemplo, lo normal es que uno estrene en theatrical, que son las salas de cine y luego empiece a pasar por las otras plataformas, eso es lo normal, pero uno podría también lanzar un modelo en donde uno diga “no, mi peli no va para theatrical, sino que yo estreno en plataformas, en internet y mi estreno en Colombia no se va a ir por comercial sino que a mí me interesa otra cosa”; hay gente por ejemplo aquí en Colombia que hace películas en inglés y su mercado es Estados Unidos y nunca las estrena en Colombia, entonces es depende de qué es lo que uno esté buscando.

Pero en mi caso con estas películas que les acabo de mencionar, sí ha sido común eso de que, primero va para salas de cine, luego hace su circuito por televisión privada y luego por tv abierta, todas han sacado su DVD en algún momento, posterior al estreno comercial y lo de festivales siempre ha sido un poco paralelo en todo ese proceso. Creo que Lila, de alguna manera también se va ajustar a este mismo modelo, aunque obviamente nos enfrentamos a una peli muy distinta, una peli para niños, una peli familiar, una peli animada, entonces digamos sí tiene muchas cosas distintas en donde nos toca generar un modelo específico que va a ser un reto muy bonito. Anina fue algo que nos sirvió, una experiencia muy interesante para mí, en especial porque siento que estuve detrás de todo el proceso, parecido a Lila, pero siento que Lila nos enfrenta a muchos más retos en este momento, entonces hay que crear algo particular para ella.

¿Su película tiene algunas pre-ventas (VOD, canales de tv, bibliotecas)?

No, hasta el momento no. Lila no tiene ninguna pre venta y en las otras pelis en las que he participado, las ventas de esas plataformas se hicieron posterior al estreno. Yo no conozco hasta ahora, así como entre los amigos cercanos, la gente cercana, que hayan logrado tener pre-venta. Ese es un esquema que funciona mucho en el mundo, en Europa, Estados Unidos, es muy normal, pero yo la

verdad no conozco ninguna experiencia así aquí, como entre los amigos cercanos, no sé si ya se haya hecho, mejor dicho.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Lo que pasa es que eso de ganar es relativo. Uno gana muchas cosas, por supuesto, uno gana experiencia todo el tiempo, hay unas cosas difíciles de medir que es ese intangible, en donde en la industria se están creando muchas cosas que son intangibles y difíciles de valorar, eso se gana en todas las producciones. Si nos vamos a referir en términos económicos, de ganancia, pues debería ser si la película deja utilidades, si después de hacer todo ese esfuerzo de producir, hay utilidades, y yo creo que en este esquema que estamos hablando de cómo se financian las películas aquí en Colombia, que muchas de ellas son con base a los premios, esos premios son dinero que es “a bolsa perdida”, es decir que es plata que vos no tenes que devolver, entonces, se supone que si te llegaron a entrar 20 millones, 50 millones de pesos en taquilla, eso se podría decir que ya es ganancia, porque es que no tenes que devolver los 200 o los 500 que te costó hacerla, podríamos valorar así. Entonces, en ese modelo, esos 20 o 50 millones podrías decir que es ganancia, si el modelo fuera que los 500 millones que te costó la película fue de un inversionista y tenes que devolverlos, tenes por lo menos que recuperar 700 o 600 para decir que devolves los 500 que te costó y te quedaron 100 o 200 millones. Son modelos distintos dependiendo de qué tan comprometidos estén los recursos con los que se hicieron la película, si me sitúo en ese panorama, sería entonces, la ganancia para mí, no para quizás desde un evaluador, economista, pero para uno, sí serían los 20, 50, 100 millones de pesos que de la taquilla después de que vos no tengas deudas con la película. Eso sería ganancia.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Yo siento que por lo menos aquí en Cali, yo he hecho uso de ley de cine, me ha tocado hacerla en Cali y en Medellín, en dos producciones de las que he participado. Yo sí sé por otras producciones que hay empresas y gente que mete plata y juega este juego de la ley de cine y el certificado de inversión y todo eso, siento que sí lo hay, pero siento que muchas de estas relaciones se dan por cercanía, o porque son amigos o familiares o lo que sea, sí se llegan a concretar pero digamos que, juega un papel importante la relación que haya entre el productor y el empresario, porque si yo soy así “un cualquiera” y voy a proponer algo, me parece que hay bastante apatía, con el tema de la inversión.

Igual toda la plata que se ha metido por ley de cine y todos los certificados que se han dado por ley de cine en Colombia, es mucho dinero lo que ha generado, y si uno se pone a analizar esas cifras, es mucha plata, entonces definitivamente este mecanismo se utiliza, pero en mi experiencia personal yo he sentido que aquí en Cali es difícil conseguir la inversión, yo llevo casi un año y medio, dos años con Lila, tratando de buscar inversión privada y en realidad logramos concretar un apoyo y fue una donación, no fue una inversión. Yo nunca salí a buscar donaciones, salí a buscar inversión, siempre tratamos de ir a proponer un negocio y resulta que nos salió fue una donación, igual súper bienvenida porque por supuesto que ayuda un montón, pero yo sí siento que hay bastante apatía, a menos que uno se relacione muy directamente con la gente que es financiera dentro de las empresas y que de pronto pueda tener una relación directa con el gerente de la empresa o con las juntas directivas en donde se toman esas decisiones, lo que pasa es que a veces acceder a ese nivel no es tan fácil, entonces por eso sí creo que juega un papel importante la relación que el productor tenga con ese círculo de personas que están en esos niveles.

En Medellín, curiosamente, la película en la que participé, como en el 2009, y fue así, sin tener relaciones, solo tocando puertas y yo sentí allá un poco más de recepción con el tema de la inversión, presentándonos así, de hecho sin conocer a nadie, conseguimos bastante apoyo, pero el apoyo que conseguimos finalmente terminaba siendo en especie, no terminaba siendo en plata, entonces eso también, a veces, en algunas producciones funciona mucho, eso te sirve mucho para el presupuesto, pero no necesariamente es en el modelo de ley de cine certificado, donde entra la plata a una cuenta, a una fiducia y se gasta, etc.. No necesariamente en ese modelo sino en otros un poco más de apoyo en especie. Nos fue muy bien en Medellín, sentí que había mayor receptividad que aquí en Cali, en lo que yo he hecho hasta ahora.

¿Cuál es el panorama de animación en Cali?

A mí me parece que el panorama de animación en Cali está increíblemente movido, muy bacano, están pasando muchas cosas en esta ciudad, y siento que de alguna manera y orgullosamente, creo que Fosfenos ha tenido mucho que ver ahí, en ese movimiento, porque hemos estado en un proceso de formación con todos nuestros equipos de trabajo desde hace casi más de 6 años, entonces yo siento que en este momento, 6 años después, se está sintiendo un grupo de gente y empresas muy interesada en procesos de animación. Cuando nosotros empezamos en el 2008-2009 con “Guillermína y Candelario” que fue la primera serie animada que estábamos haciendo desde la región, a hoy 2016, ya hay varias

series, hay varios proyectos de películas, en este momento se están haciendo 5 proyectos de largometrajes animados en Cali, hay 3 o 4 empresas moviendo animación y ya hay más de 100 personas formadas en procesos de animación, ya sea en animación o ilustración en Cali, eso hace 5, 6 años atrás no existía. Entonces, siento que hemos ido dinamizando un sector, obviamente no es una proporción gigante, pero interesante que ha generado que esto esté pasando y que ha generado que en estos momentos se estén haciendo toda esta cantidad de proyectos aquí en la ciudad, me parece increíble. Yo en realidad, siento que hay algo especial que está pasando en Cali con lo animado.

De hecho me atrevería a decir, no tengo los datos, pero creo que de hecho es la ciudad donde más proyectos animados se están haciendo en este momento en Colombia, porque hable con la gente de Bogotá, de la asociación de animación y ellos se sorprendieron, me decían que esa cantidad de proyectos no se están haciendo en Bogotá en este momento, que se supone que en Bogotá pasa todo. Entonces en proporción de la cantidad de gente, cantidad de empresas, cantidad de cosas, el panorama en Cali es muy positivo.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente a los proyectos y producciones de cine animado que se están realizando en la ciudad, cual es el panorama en los mercados internacionales?

La gente esta muy interesada en coproducir con Colombia, porque es que en realidad el FDC está dando mucho dinero, es decir, los premios que da el FDC a comparación de los premios que dan en otras partes son muy altos, entonces son muy interesantes y yo creo que en los últimos años cada vez hay más coproducciones, siento que hay cierta atención del exterior a mirar a Colombia, eso es como el panorama general.

En cuanto a proyectos animados en específico, yo con Lila, me he encontrado con varias alternativas y he ido a varios mercados donde he sentido que nos están buscando, he sentido interés; de que haya visto que se hayan concretado cosas, ahí ya son distintos momentos, pero entonces por lo menos, Lila tiene una coproducción con Uruguay, que eso más de una relación de mercado-festival tiene que ver más con una cercanía con Antorcha Films, cuando ellos tuvieron la relación y se produjo Anina y que de alguna manera esa relación nos ayudó a nosotros a que pudiéramos también establecer un contacto con ellos y hacer este proyecto en coproducción con Uruguay, que me parece ha sido una experiencia muy interesante para nosotros. Hay otros proyectos que conozco que tienen otras coproducciones, por ejemplo en Bogotá "Virus tropical" que es una película animada tiene una coproducción con Francia, desconozco como se dio pero sé

que sí existe ya, y hay otra película que se está haciendo aquí en Colombia que es “Pixi post” de Marcial Quiñonez, esa una coproducción con España, entonces de que se está dando, se está dando.

Siento que como les digo, el FDC está dando mucho dinero por lo tanto pienso que cada vez nos van a buscar más, lo que pasa es que también ese “mucho dinero” ,en proporción a lo que cuesta hacer una película animada, es mucho también lo que hay que conseguir, porque solo con el dinero del premio no la haces, pero sí, siento que hay entusiasmo.. ya que en los festivales o en los mercados que tanto nos conocen, pues Colombia está empezando apenas a hacer sus pasitos en lo animado, digamos que cuando vos viajas a festivales y un ejemplo es pro imágenes que tiene una experiencia gigantesca en ir a Cannes, a Berlín, a Toronto, allá todo el mundo lo conoce, digamos que tiene espacios ya conquistados en el cine en general, pero en el cine animado como tal, apenas están entrando a hacer ese proceso, de hacer presencia, de tener visibilidad, de empezar a tener películas en selecciones. Por ejemplo Annecy (Francia) que es el festival más importante de animación en el mundo, yo estuve hace 3 años y era la primera vez que pro imágenes hacia presencia allá, primera vez que Colombia tenía stand en el mercado de Annecy y de hecho creo que esa primera vez no quedaron muy contentos, porque las siguientes versiones ya no volvió a ir pro imágenes si no que está yendo procolombia, pero están empezando a conquistar esos terrenos, mejor dicho. Entonces están pasando como las dos cosas, siento que es un proceso normal que se da, que es darnos a conocer y empezar a mostrar producciones porque también apenas están comenzando a mostrar, puede que el movimiento haya empezado hace algunos años pero los resultados de esas películas apenas se están empezando a terminar de ver.

No creo que el interés sea por las temáticas, creo que eso, por supuesto importa y hace que esos contenidos nos hagan diferentes, por ejemplo, digamos, el proyecto de “Canchimalo”, puede parecer como algo que tiene como un tema de identidad cultural fuerte que llama la atención a un extranjero, pero yo no siento que ese sea el punto principal, yo siento que el punto principal que ayudaría a que haya interés de coproducción, es el dinero, porque donde hay fuentes de financiación es donde se van a hacer proyectos, entonces pueden haber ideas geniales, por ejemplo en Sudáfrica o en un país supremamente pobre pero no se hace nada si se tiene la cultura, la idea pero no tienes como hacerlo, entonces no creo que hasta allá llegue un inversionista extranjero o un productor extranjero a buscar esa historia, solo porque tiene esa particularidad.

Siento que si es un punto muy importante pero más importante son las posibilidades que se están dando de financiación en Colombia.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores?

Me parece que Cali es increíble, lo que pasa en Cali a nivel de cine en general, yo siento que repercute en toda Colombia, que en todo el país es supremamente claro el liderazgo que de alguna manera hay acá, esos nuevos realizadores que se están formando, sobretodo siento que los que han salido de Univalle, esta universidad siendo una escuela brutal de todos los chicos tan jóvenes que han hecho tantas cosas. De hecho creo, que los chicos han superado a sus maestros porque, ya creo que han hecho, inclusive varios de ellos, mas producciones que sus profesores. Pero viene un poco como de un empecinamiento, una pasión increíble por el cine y eso me parece que en Cali es admirable, que es algo de lo que se habla en todas partes, en Medellín , en Bogotá, admiran mucho el movimiento que se está dando acá; siento que tiene que ver con una historia, con una tradición que es bonita, y también con ese romanticismo, todo esto del Caliwod, de quienes estuvieron antes, de toda esa magia por el cine, siento que hay muchos factores que se juntan para que definitivamente, haya una generación muy interesada en contar en imágenes, en contar historias audiovisuales y siento que allí si hay una particularidad que es notoria con relación a lo que pasa en el resto del país.

No podría decir tampoco que sea mejor o peor, digamos que ya en términos de como calificar eso, el resultado de estas propuestas, de estos realizadores, eso si ya depende de los gustos de cada uno, pero de que sí se está haciendo mucho, se está haciendo mucho y siento que si uno ve los últimos años, películas súper festivaleras, llenas de reconocimientos internacionales que han dado renombre al cine, digamos en el mundo muchas de ellas han salido de aquí de Cali. Lo que está pasando acá es muy bonito.

Defina el concepto de rentabilidad

Mi idea de rentabilidad, es uno hacer algo en un modelo en donde, eso podría uno trasladarlo a cualquier industria, digamos en nuestro caso estamos hablando de películas pero uno podría llevarlo a cualquier escenario, y que lo que tu hagas, lo que inviertas en hacerlo, en producirlo, en crearlo, en llevarlo al mercado, es rentable en la medida que se obtiene ganancias, mejor dicho se cubre el proceso de la producción, se genera venta y comercialización y además deja una utilidad; digamos que para mí, cuando se dan todas esas cosas es porque un negocio es rentable, genera riqueza a partir de un producto.

Para usted, ¿es rentable hacer cine en Cali?

Yo siento que el cine, o en las películas que yo he participado hasta ahora, ninguna aplicaría esa idea de rentabilidad que te acabo de mencionar. Algunas han salido, siento que, bien libradas en el sentido de que por lo menos no han dejado endeudados a sus autores o a sus productores. La película “El Rey”, ahora que lo mencionas, tuvo que dejar ganancia, pero yo no estuve en el equipo de producción que tenía que ver con las cuentas, pero “El Rey” tuvo que de alguna manera llegar a ese punto de dejar ganancia, porque está todavía en el top de las películas más taquilleras, como con 480 mil espectadores, no me acuerdo es que tantas deudas tenía, entonces no sabría muy bien decirte, pero creería que tuvo que haber dejado algo de ganancia.

De las demás, digamos que bien libradas en el sentido de que, de pronto no tenían muchas deudas, igual no hicieron mucho en taquilla pero más o menos se cruzaron cuentas y quedaba o en cero (con respecto a las deudas) o con algún tipo de muy pequeña utilidad, pero es que siento que para uno hablar de ganancia, después de haber invertido 500 millones, 1000, 2000 millones de pesos, ¿que podría ser algo significativo?, no creo que 5 millones podas decir que es ganancia, porque vos esperas una cifra mucho mayor, entonces en esas películas que yo te menciono, no, la verdad no, pero igual en todas hubo la idea de poder obtener algo. No es que uno como productor se enfrente al escenario de entrada pensando que se va a ir a pérdida o que uno va resignado desde antes de salir, no... Yo creo que todos de alguna manera nos hemos ingeniado la forma de tratar de que a la película le vaya bien, ahí nos enfrentamos con muchas dificultades, especialmente ahora la más fuerte es la distribución, es la exhibición en Colombia, hay muchos problemas ahora... Pero sí, digamos que hasta ahora, tristemente, yo no podría decir eso, pues no ha sido parte de nuestra experiencia, pero yo creo que todos estamos en esa búsqueda.

- **Entrevista NANCY FERNÁNDEZ**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película (desde el guion hasta la distribución)?

Creo que eso es muy variado. En estos momentos tenemos en cartelera una película que se tomó 10 años, desde que a la autora principal se le ocurrió que una novela podía ser la base para guion de la película, hasta que salió a cartelera, pasaron 10 años. La primera película de Sergio Cabrera, “Elementos para una acuarela”, se demoraron 15 años, desde que empezaron a trabajar en el guion hasta que salió la película, nosotros con “Ciudad Delirio”, nos tardamos 3 años, 3 años desde que tuvimos la idea hasta que la película salió a salas de cine; hay otras que un mismo año logran todo. La verdad es que, de hecho, desde la ley de cine, cuando uno le saca a una película resolución para obtener beneficios

tributarios para los inversionistas, esa resolución tiene vigencia de tres años, pudiera ser que ese puede ser un promedio, que por alguna razón lo definió la dirección de cinematografía. Es muy variado. “Perro come perro” se rodó en Diciembre del 2006 y se estrenó en Abril del 2008, la que tenemos ahora en cartelera se rodó en Septiembre del 2014 y apenas se estrenó ahora en Agosto de este año. La idea de “Ciudad Delirio” nació en el 2011, la rodamos en el 2013 y se estrenó en Abril del 2014. Dago García hace una película cada año, la que estrena los 25 de diciembre, en un año hace el guion, la rueda y la estrena, él hace varias al año, lo que pasa es que la que más la gente conoce es la que se estrena el 25 de diciembre, entonces es muy relativo.

¿Logra tener financiación en la pre y producción de la película, o generalmente cómo se financia cada etapa de la película?

Existen fondos para desarrollo, para producción, para posproducción y promoción, entonces también hay algunas iniciativas que logran llevarse a cabo sin fondos, por ejemplo, conozco de personas que son bastante emprendedoras y logran convencer un parche de gente para hacer películas sin plata, todo el mundo dona su tiempo, ponen los equipos, lo hacen de manera muy artesanal y logran sacar la película sin tener recursos, eso me parece que no es lo ideal, porque el trabajo de todas las personas vale pero conozco de iniciativas así.

Nosotros habitualmente, tenemos una etapa de financiación que es previa a la preproducción, digamos que, dentro del desarrollo está el desarrollo creativo, que es el guion, el presupuesto, que va de la mano del guion, muchas veces el guionista se imagina cosas impresionantes, buenísimas, costosísimas y el presupuesto no lo permite, entonces se le hacen modificaciones al guion para que pueda ajustarse a un presupuesto que sea más aterrizado, por decirlo de alguna manera, y empieza la financiación. Responsablemente una película no debería arrancar preproducción hasta no tener asegurada la financiación, al menos la financiación para la preproducción y la producción, ya después de que se termina de rodar se pueden empezar a buscar recursos para la posproducción y hay estímulos automáticos para la promoción, pero no es responsable empezar un rodaje sin tener asegurada la financiación de la pre y de la producción.

¿El dinero que se recauda en taquilla (nacional e internacional), festivales, ventas DVD, y VOD, obedece a una estrategia comercial de ganancia, o de financiación de la misma película ?

Con algunos proyectos se logran pre ventas que contribuyen a la financiación de la película, pero normalmente la etapa de comercialización es para recuperar la inversión primero y luego probablemente en algunos pocos casos para el cine colombiano, se logra tener utilidades, pero es muy remota la posibilidad. O sea, en principio al menos recuperar la inversión y entonces cada productor tiene sus esquemas de recuperación y cada proyecto permite utilizar diferentes esquemas de financiación y de recuperación.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Nosotros empezamos haciendo una película al año y con eso no lográbamos tener una sostenibilidad, entonces luego, a mi socio le ofrecieron ser el productor ejecutivo de “Escobar, el patrón del mal”, la serie de Caracol y básicamente le alquilamos el tiempo de él por año y medio a Caracol y la empresa estuvo en stand by, cuando él volvió a la operación de la empresa, y yo también, pues me había ido a otro lado ya que él es el que desarrolla los proyectos, entonces decidimos que si queríamos darle continuidad a la empresa teníamos que diversificar el portafolio.

Como primera medida, hicimos un proyecto comercial que fue “Ciudad Delirio” y como segunda medida, hicimos incursión en otras actividades dentro del tema audiovisual, desde ahí tenemos la idea de desarrollar un portafolio para series de televisión pensando en canales Premium por suscripción, ya sea tipo HBO, que es canal por cable o tipo Netflix que es en streaming; igual digamos que todos estos canales funcionan por suscripción, entonces le queremos apuntar a ese tipo de canales, tenemos en desarrollo varias historias y estamos armando un portafolio para poder ir a ofrecer más de una , un portafolio de proyectos que se puedan ajustar a diferentes canales, ese es nuestro proyecto de crecimiento en este momento y donde nos estamos sosteniendo, es porque nos metimos en publicidad y decidimos hacer series web para marcas, nosotros podemos hacer comerciales, hemos hecho comerciales típicos de tv, pero siempre nos gusta diferenciarnos, entonces nuestra propuesta a la publicidad es no hacer lo mismo que está haciendo todo el mundo, si no, hacer series web, de ahí nace “Entre panas”, que ha sido la serie web más exitosa de marcas en Colombia, en este momento está al aire el tercer capítulo de la cuarta temporada, ya rodamos hasta la quinta temporada, cada temporada tiene 8 capítulos y varias piezas de promoción; hasta la tercera temporada, la serie tenía más de 25 millones de visualizaciones sumados todos los capítulos, esto en Colombia no se había logrado antes y la verdad, es que la publicidad debe migrar hacia allá, porque ya hay muchas personas que no ven los canales tradicionales y están todo el tiempo entrando a Youtube, buscando contenidos o en diferentes plataformas buscando contenidos en internet, y si las marcas no migran a esa plataforma pues va a ser muy complicado.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas, cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Por decirte algo, “Todos tus muertos”, una película que nosotros rodamos, cuando creamos 64^a films, ya el socio principal de la empresa había hecho “Perro come perro” con una empresa que él tenía antes, entonces el disolvió esa sociedad y creó 64 a films y ahí entramos los socios nuevos, en la operación, estamos él y yo. Diego Ramírez, mi socio, fue productor de “Perro come perro”, “Todos tus muertos” y ha sido el productor de todos nuestros proyectos, además fue el productor de “Escobar, el patrón del mal” y otras películas. Carlos Moreno, que había sido el director de “Perro come perro”, le dijo que quería hacer una película a partir de una situación que le contó un amigo periodista y que tenía un guión y que entonces cómo hacían para hacer una película no comercial pero a la cual le vimos posibilidades de llevar a festivales importantes, que para nosotros era conveniente desde el punto de vista de posicionamiento de la nueva empresa que acabábamos de crear, entonces digamos que nuestra rentabilidad fue en términos de posicionamiento y lo que logramos fue que la película, la presentamos a la convocatoria del desarrollo del Fondo Cinematográfico de Colombia y nos ganamos el premio para producción, en aquella época estábamos arrancando la transición de 35mm a digital entonces el FDC para aquel entonces, tenía un premio para financiar películas que estuvieran planteadas para ser en digital y con ese premio y un aporte del Canal Caracol y una donación de CIDOC (Comité internacional para la documentación), hicimos la película, desde que arrancamos sabíamos que la película no iba a tener un retorno para los inversionistas, por eso no buscamos inversión sino que buscamos donación; en el caso de Caracol, es diferente porque los canales tiene un modelo de negocio que les permite ganar independientemente de que la película tenga o no tenga espectadores, es un tema de manejo financiero que ellos hacen, ellos aportan para la producción una parte y otra parte para promoción y la promoción hay que comprársela a ellos mismos entonces con los canales, digamos que no hay ese problema, si ellos son conscientes que la película está hecha con un objetivo que es para ir a festivales y tal, ellos saben que si la película tiene pocos espectadores, pues bueno, digamos que ese no era el objetivo de la película en principio. Pero igual la poca o mucha taquilla que obtenga la película se distribuye proporcionalmente de acuerdo a la participación que tenga cada inversionista. Entonces “Todos tus muertos”, se hizo bajo el esquema de premios, donaciones y recursos no reembolsables, también como el premio Iberoamericano.

Existe otro modelo como fue “Ciudad Delirio”, que ha sido la primera película colombiana que se ha hecho con un alto porcentaje de emplazamiento de marca o product placement, que llaman internacionalmente, que es como se hacen muchas películas de Hollywood, 007 o todas esas películas de Marvel, todas son patrocinadas y financiadas por marcas, entonces así se financian muchísimas

películas, todas las marcas que salen en las películas pagaron para aparecer en ellas, eso en Colombia no sucedía, digamos que quienes tuvimos la idea de hacer por primera vez una película así fuimos nosotros, con buen éxito, la película además tuvo buena taquilla para el promedio colombiano, entonces nuestros inversionistas con la taquilla nacional lograron llegar a su punto de equilibrio, de ahí para adelante las ventas internacionales que van llegando poco a poco ya es una ganancia, que se distribuye proporcionalmente.

Con esa película también tuvimos un caso particular y es que extrañamente lo que no sucede, ninguna película en Colombia realiza preventas, las películas extranjeras sí, las películas de Hollywood normalmente se financian con preventas basadas en el casting, entonces si la película va a ser protagonizada por Brad Pitt y Angelina Jolie, le ponen billete, pero entonces si va a ser protagonizada por “Pedrito Pérez” y “Anita García”, pues entonces le ponen muy poquita plata, en Colombia no pasa eso, pero logramos por gestiones nuestras, de nuestros coproductores, y la temática de la película, logramos una preventa, esa preventa contribuyó a la financiación de la película, entonces esta película tuvo un esquema de preventas, tuvo premios también del FDC, tuvo emplazamiento de marca y tuvo inversionistas a riesgo, fue una mezcla de fuentes de financiación.

La mayoría de películas que ganan mucho reconocimiento en festivales, han sido en su mayoría, hechas con recursos no reembolsables de premios, como por ejemplo, “La tierra y la sombra”, “El abrazo de la serpiente”, que si bien tuvo algunos inversionistas, la mayor parte de los recursos con los que se hizo fue con premios nacionales e internacionales a los cuales se aplica por convocatoria y por eso digamos que lo que tratamos los productores es de no poner en muy alto riesgo a los inversionistas, responsablemente, hay algunos que no lo hacen o a veces uno no obtiene los resultados que esperaba. Nosotros con “Ciudad Delirio”, tuvimos 300.000 espectadores y aunque la película fue bastante costosa, con la taquilla nacional, los inversionistas lograron su punto de equilibrio, sin embargo, “Fragmentos de amor”, que es una película que costó mucho menos que “Ciudad Delirio”, ha tenido muy poquita taquilla, entonces eso para nosotros es un revés muy fuerte, porque nuestros inversionistas ahí no van a ganar, ni siquiera van a alcanzar a recuperar su inversión y eso nos perjudica porque ya ellos no van a querer invertir en otro siguiente proyecto.

Lo que pasa es que el cine es impredecible, es muy difícil saber a qué película le va a ir bien o no en taquilla, es complicado, estamos precisamente como en pro de hacer unos estudios para tratar de entender un poquito lo que está pasando con la dinámica del cine colombiano. Cada vez se estrenan más películas colombianas y cada vez van menos espectadores en promedio por película.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Hay películas que se hacen con un objetivo comercial, estilo “Perro come perro” y “Ciudad Delirio”, y nosotros durante el proceso de desarrollo y producción tenemos unos honorarios que aportan a la caja de la empresa, pero luego cuando se explota comercialmente, una vez que nuestros inversionistas recuperan, nosotros comenzamos a recuperar, pero hay otras películas que se hacen con el fin de obtener posicionamiento y son rentabilidades válidas para la empresa.

Ahora estamos enmarcados en un segundo proyecto, que vamos a hacer claramente con objetivos de posicionamiento de la empresa, no estamos pensando que nos vamos a hacer millonarios con esta película, millonarios en términos de dinero, pero sí nos va a dar rentabilidad en términos de posicionamiento, de marca de nuestra empresa, al estar presente con una película en festivales importantes.

¿En qué momento usted identifica que la película generará ganancias o pérdidas?

Es muy difícil de estimar, entonces uno lo que trata es de mezclar fuentes de financiación. Ser objetivo con un hijo es muy difícil, cuando uno tiene hijos cada uno le parece que es maravilloso, que es lo máximo, que no hay nadie igual, que es el mejor. Entonces las películas son como un hijo, uno piensa que su película es lo máximo, si uno logra objetividad y puede detectar desde que está en desarrollo el proyecto si se está haciendo con fines comerciales o con fines de posicionamiento, como hicimos nosotros “Todos tus muertos”, por ejemplo... yo no sé qué pensaron los productores de “La tierra y la sombra”, yo no sé si ellos pensaron, si su expectativa era que la película fuera muy comercial; si yo hubiera sido la productora de “La tierra y la sombra”, yo pensaría, así como con “Todos tus muertos”, que esa película no era comercial, pero logró ganar un reconocimiento en el Festival de Cannes, eso es importantísimo y eso es para otros objetivos, posicionamiento de los productores, del director, del equipo técnico que participó en esa película, para luego participar en otros proyectos importantes, entonces uno debería poderlo detectar desde el momento mismo en el que está desarrollando el guion, y digamos que cuando uno tiene el guion en sus manos poder decir “bueno, esta película sí puede tener un perfil comercial, entonces apuntémosle de esta manera, o esta película definitivamente es como para tema de festivales, entonces manéjemelo de otra forma”.

Nosotros ahora vamos a rodar una película para la cual nos ganamos un premio, la película se llama “Matar a Jesús” y tenemos claridad en que esta no es una

película comercial, esta es una película que, muy seguramente, va a tener participación en festivales muy importantes pero no comerciales, entonces ¿qué hacemos? Buscamos coproductores internacionales (esa es otra manera de financiar), que aportan al menos el 20%, mínimo un coproductor debe poner al menos el 20%, y buscamos un canal, el canal, por una ley que hay en Colombia, que otorga unos beneficios tributarios a cualquier inversionista, a persona natural o jurídica, inversionista o donante, por cada 100 pesos que pone un inversionista, recupera 41, entonces normalmente lo que hace un canal es que dice “listo yo te pongo 100 para promoción y 40 para producción, en proporción...”, eso quiere decir que en el espectador 0, está en tablas, no ha perdido.

Esta película, esperamos rodarla en Octubre y tenemos el compromiso del Canal Caracol, que es el que nos ha apoyado en los últimos proyectos, de entrar como inversionista bajo ese esquema, con un aporte medido para el tipo de proyecto que es y nosotros estamos ajustando el presupuesto de manera que el riesgo sea el mínimo. Por decir, este año se estrenó una película que se llama “Malcriados”, una comedia inteligente, pensada en tener buenos resultados en taquilla, con actores reconocidos, buen guion, una película bien estructurada y con una campaña de promoción increíble y tuvo 120.000 espectadores vs “La gorda Fabiola” que tiene 600.000, por decir algo, o “Hassam” tiene 400.000 o “El paseo”, tiene millón y medio, entonces ahí es donde uno dice “¿qué es lo que quiere el público?”... el tema es un poco complejo.

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

La verdad es que, todavía hay mucho desconocimiento, es un poco complicado porque mucha gente en Colombia no conoce la ley, entonces hay que primero trabajar a los asesores tributarios de las empresas para que por desconocimiento no se opongan, porque muchas veces la más fácil, es decir que no se puede y no se puede es porque no conocen, entonces salir de su área de confort no les gusta mucho; hay que hacer un trabajo de pedagogía y en eso estamos apoyando a la Dirección de Cinematografía, para lograr que hayan más empresarios en Colombia que conozcan de los beneficios de la ley, pero también es cierto que la realidad del país y las normas tributarias hacen que a la larga esos beneficios tributarios que son, para ahorro en impuestos, no sean muchos los que al final puedan usarlos, porque las empresas, de cada venta que hacen, les hacen una retención en la fuente y encuentran maneras, todo dentro de las leyes, todo legal, para no tener que pagar más impuestos, entonces no son muchas las opciones. Nos ha pasado muchísimas veces que llegamos donde empresarios y esos empresarios dicen que les interesa porque les gusta el proyecto, porque les parece bonito apoyar en particular ese tema o la película, le parece glamoroso el

tema del cine y tal, pero viene el asesor tributario a decirle que eso no les sirve, porque ya con toda la retención que le hicieron a la empresa, antes tienen saldo a favor, por ejemplo, hay empresarios que se motivan porque les parece glamoroso asistir a festivales de cine, eso les parece chévere, porque hacen relaciones públicas, y otros entienden que el cine, es un tipo de negocio de alto riesgo, y saben que para poder obtener ganancias tiene que invertir en varios proyectos, y digamos que le apuestan a eso, pero no son muchos, son pocos, entonces hay empresas que lo hacen más como “bueno este año tengo destinado un presupuesto para hacer donaciones a fundaciones y corporaciones y tal”, entonces empieza uno a competir con los aportes a las iniciativas sociales, muchas empresas tienen su propia fundación, todo lo derivan a esas fundaciones u otros que llevan 20 años apoyando a una misma causa, entonces quitarles ese apoyo para darlo al cine, eso se hace complejo, muy complicado. Yo pienso que se necesita más pedagogía, para que las empresas entiendan los beneficios tributarios y sociales de apoyar el cine, la cultura y todo lo que está detrás de una película, se genera empleo, trasciende el nombre del país cuando se va por fuera a los festivales, en fin...

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temáticas narrativa, cual es el panorama en los mercados internacionales?

Yo pienso que cada vez mejor, de hecho Colombia cada vez tiene más reconocimiento internacional, tiene más premios, los proyectos de películas colombianas cuando están en desarrollo son invitados por los mercados de coproducción en aras de conseguir coproductores internacionales y cuando ya están hechos, logran participación importante en muy diversos festivales, todo esto gracias al FDC, entonces cada vez está mejor, pienso que se mira con muy buenos ojos, cada vez los productores internacionales están más interesados en coproducir proyectos con Colombia.

Pienso que la ley 814, que creó los beneficios tributarios, es innegable el impacto en términos de la economía, o la cantidad de inversionistas, la cantidad de dinero que se ha invertido en el cine, la cantidad de películas que cada vez se hacen más, digamos que hay cosas buenas, lo único que no es tan bueno, es que el público no responde, esa es una parte complicada, pero aunque yo haya dicho que es difícil que los inversionistas entiendan, al final en los números lo que uno encuentra es que sí se hacen más películas, hay más inversión y de todas maneras se está logrando obtener más dinero para el cine. También es que, por ahí alguien decía que “hay más productoras que restaurantes”, y la verdad es que sí hay mucha gente haciendo producción de cine y entonces bueno, cada vez se logra más.

En esa misma medida, esa ley también creó el FDC, y con ese fondo, que se nutre de las taquillas de cine, no solamente la taquilla nacional sino especialmente la taquilla internacional, o sea de todas las taquillas y como el cine, como negocio está creciendo impresionantemente, cada vez hay más salas, cada vez hay más gente que va a cine y cada vez hay más recaudo de cine, entonces cada vez hay más dinero para apalancar los proyectos nacionales tanto para la producción como para la participación internacional. Hay delegaciones que participan en festivales desde los más importantes, clase media, clase a, b, c, de todo tipo de festivales y cada vez somos más visibles, entonces claramente, cada vez hay mucho interés de coproductores internacionales de asociarse con productores colombianos para hacer películas.

Con la otra ley, están llegando productores internacionales atraídos por ese beneficio de que les devuelven un dinero y se dan cuenta de que aquí hay gente buena, hay una gran variedad de locaciones, hay unas características en términos de personas y de recursos técnicos que es muy interesante, entonces los ojos de muchos productores internacionales están puestos en Colombia, pienso que en eso ha ganado mucho el país.

¿Qué tipo de cine le interesa producir? Respuesta en pregunta 6

Hay películas que se hacen con un objetivo comercial, estilo “Perro come perro” y “Ciudad Delirio”, y nosotros durante el proceso de desarrollo y producción tenemos unos honorarios que aportan a la caja de la empresa, pero luego cuando se explota comercialmente, una vez que nuestros inversionistas recuperan, nosotros comenzamos a recuperar, pero hay otras películas que se hacen con el fin de obtener posicionamiento y son rentabilidades válidas para la empresa.

Ahora estamos enmarcados en un segundo proyecto, que vamos a hacer claramente con objetivos de posicionamiento de la empresa, no estamos pensando que nos vamos a hacer millonarios con esta película, millonarios en términos de dinero, pero sí nos va a dar rentabilidad en términos de posicionamiento, de marca de nuestra empresa, al estar presente con una película en festivales importantes.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores con relación a temáticas y modelos de producción?

Yo soy muy escéptica con eso. Me parece que en términos creativos muy bien, cada vez hay más gente queriendo contar historias, eso me parece valioso, antes eran muy poquitos los que se aventuraban a irse por esta línea de este tipo de carreras, ahora son muchos, no sé si haya espacio para tantos, pero digamos que eso está interesante, lo que no veo es que se estén preparando para hacer realidad esos sueños creativos; está bien que se estén preparando para contar bien sus historias y hacer guiones y dirigir proyectos, pero desde el punto de vista de producción, no veo que se estén preparando para eso, por lo menos en las carreras de cine, no conozco a fondo los programas, pero lo que nos damos cuenta, porque acá siempre mantenemos estudiantes en prácticas y siempre hay unas falencias muy grandes en tema de negocio, o sea, se estudia mucho la parte creativa y quizás las tendencias del cine y las temáticas y cómo contarlos, cómo escribirlos bien, cómo dirigir, cómo enfocar la cámara, y esos aspectos, pero con qué plata se va a hacer, cómo se va a financiar, cómo se va a comercializar, eso no lo enseñan en las facultades.

Creo que falta mucho para que se preparen para ser productores de cine, yo diría que la facultad de comunicación de la Universidad del Valle, ha sacado o de allí han salido los mejores directores de películas, de comerciales, de series de televisión y los mejores directores de fotografía, pero productores, no sé, desconozco...de la Autónoma, pues es una facultad muy joven y conozco pocas personas, ya después de que se han graduado, no sé cómo ha sido su trayectoria, hemos tenido algunos estudiantes pero no les vemos que estén siendo preparados para temas de producción, entonces es un poco difícil porque cuando nosotros los empleamos, los empleamos como asistentes de producción y un asistente de producción le toca el trabajo más operativo y es bien trabajoso y yo siento que no están preparados para eso. Acá en Bogotá hay mucha más oferta y hay más entendimiento de la necesidad de que el negocio tenga, además de lo creativo, la preparación necesaria hacia el tema de negocio como tal.

¿Cuál es el beneficio directo para el cine caleño que brinda la ley 1556? ¿Se ha beneficiado de la ley?

Nosotros tenemos servicios de producción internacional. En el 2014 rodamos una película para unos productores americanos, en Colombia hay dos leyes que favorecen el cine, una, que es para el cine colombiano, que otorga beneficios tributarios a los inversionistas y donantes y otra es la ley para traer producciones internacionales, que también sirve para financiar películas nacionales, pero a diferencia de la primera, que otorga beneficios tributarios, esta lo que otorga es una devolución de los gastos realizados en Colombia, entonces te devuelven el 20% de los gastos logísticos y el 40% de los gastos cinematográficos.

Nosotros empezamos a hacer servicios de producción, ya en el pasado, mi socio antes de crear 64^a films, ya había hecho unos, antes de que existiera esa ley, digamos que había un conocimiento. Entonces hicimos una para los americanos, hicimos otra para unos franceses, ahora este año rodamos una serie web para un canal europeo y en Octubre vamos a rodar otra película, también para un cliente internacional, que su primera venta de exhibición va a ser Netflix. Entonces es diversificar el portafolio, dentro de la categoría de audiovisuales y no depender de una sola película al año.

¿Cómo ve la producción de cine caleño con respecto al nacional?

Pienso que se están haciendo cosas interesantes, la mayoría fuera de Cali; o sea, muchos caleños están haciendo cosas interesantes, pero no sé cuántos las estén haciendo en Cali, pero claramente hay talento, hay un talento especial. Acá en Bogotá hablan de la “rosca” caleña, la rosca caleña se destaca, pero es porque hay una gran cantidad de personas que llegan del Valle y tienen características especiales, están haciendo cosas bien interesantes, lo del Caliwood no es un mito, realmente sí sembraron, hubo unos precursores, pero además de esos precursores, las nuevas generaciones siguen contribuyendo, entonces está Oscar Ruiz Navia, Cesar Acevedo, entre otros, con sus creaciones que son aportes muy valiosos y hay otros que están haciendo cine sin recursos, y hacen películas y no han ni siquiera estudiado para eso y están yendo a festivales y se juntan un grupo de amigos y con muy pocos recursos, casi nada, hacen una película, entonces eso es las ganas de contar las cosas. Por eso creo que en ese aspecto, hay mucho talento en el Valle, en general.

¿Por qué decidieron trasladar su sede principal a la ciudad de Bogotá?

Porque acá están los principales clientes, inversionistas. En Cali estuvimos como por un año, tratando de conseguir que alguien nos abriera la puerta para lo de las series web de marcas, y de la marca nos mandaban a la agencia de publicidad y de la agencia nos devolvían a la marca y así en ese va y viene todo el tiempo, a la hora del té, ninguno definía nada y no lográbamos como, por así decirlo, “ser profetas en nuestra tierra”.

Acá están los canales principales y acá hay inversionistas con otra apertura, en Cali digamos, éramos de las pocas productoras que estábamos apostándole a estas cosas, éramos diferentes y todo era muy extraño, no lográbamos encajar y ahora que estamos acá, estamos vendiendo para el valle, es bien particular, desde que estamos en Bogotá, le vendimos una serie web a la Cámara de Comercio de

Cali, le acabamos de vender otra a EPSA, probablemente vamos a hacer algo con Telepacífico.

Nosotros no queremos desligarnos de nuestra tierra, la razón social de nuestra empresa sigue estando radicada en Cali y aquí tenemos es un establecimiento de comercio. Siempre le damos prioridad a la gente que es de allá, la mayor parte de la gente con la que trabajamos, aunque estemos acá, nuestras primeras opciones siempre son personas de Cali, eso nos hace sentir mejor y quisiéramos poder volver a hacer grandes proyectos allá, pero pues nos tocó, nos tocó que la presión del negocio nos llevaba a que sino buscábamos otros horizontes, desaparecíamos y por eso decidimos trasladarnos a Bogotá.

Defina rentabilidad

Hay un tipo de rentabilidad económica y otra de posicionamiento. Hay películas que se hacen con el fin de obtener posicionamiento y son rentabilidades válidas para la empresa.

Por ejemplo, ahora estamos enmarcados en un segundo proyecto, que vamos a hacer claramente con objetivos de posicionamiento de la empresa, no estamos pensando que nos vamos a hacer millonarios con esta película, millonarios en términos de dinero, pero sí nos va a dar rentabilidad en términos de posicionamiento, de marca de nuestra empresa, al estar presente con una película en festivales importantes.

Entonces digamos que con ciertas películas nuestra rentabilidad es en términos de posicionamiento y lo que logramos fue que las películas, las presentamos a la convocatoria del desarrollo del Fondo Cinematográfico de Colombia y nos ganamos el premio para producción, en aquella época estábamos arrancando la transición de 35mm a digital entonces el FDC para aquel entonces, tenía un premio para financiar películas que estuvieran planteadas para ser en digital y con ese premio y un aporte del Canal Caracol y una donación de CIDOC (Comité internacional para la documentación), hicimos la película, desde que arrancamos sabíamos que la película no iba a tener un retorno para los inversionistas, por eso no buscamos inversión sino que buscamos donación; en el caso de Caracol, es diferente porque los canales tiene un modelo de negocio que les permite ganar independientemente de que la película tenga o no tenga espectadores, es un tema de manejo financiero que ellos hacen, ellos aportan para la producción una parte y otra parte para promoción y la promoción hay que comprársela a ellos mismos entonces con los canales, digamos que no hay ese problema, si ellos son conscientes que la película está hecha con un objetivo que es para ir a festivales y

tal, ellos saben que si la película tiene pocos espectadores, pues bueno, digamos que ese no era el objetivo de la película en principio. Pero igual la poca o mucha taquilla que obtenga la película se distribuye proporcionalmente de acuerdo a la participación que tenga cada inversionista. Entonces “Todos tus muertos”, se hizo bajo el esquema de premios, donaciones y recursos no reembolsables, también como el premio Iberoamericano.

¿Es rentable hacer cine en Cali?

Te hablaba de que, hay una rentabilidad financiera y hay una rentabilidad en términos de posicionamiento, en este negocio, entonces en la medida de que uno logra una mezcla de fuentes de financiación eficientes, entonces uno logra tener un proyecto rentable.

Creemos que en la medida de lo posible, hacer proyectos en Cali nos gusta, generalmente es nuestra primera opción, aunque muchas veces no se puede porque, un ejemplo, si el proyecto tiene que ser en la playa pues no puede ser en Cali, por obvias razones, pero tratamos de que siempre Cali sea una primera opción, porque hay mucha disposición, la ciudad de Cali por diversas razones, de clima, de ubicación, tiene una luz muy especial, una luz cinematográfica especial, como se ven las cosas en Cali no se ven igual en Bogotá, es diferente y la gente está muy dispuesta, entonces, aquí en Bogotá, la gente trabaja en cine, en Cali a la gente le gusta, le parece súper atractivo que haya una producción, esa es la diferencia, es mucho más fácil conseguir locaciones prestadas, donadas o con costos razonables, a diferencia de otros lugares.

Digamos, Cartagena es el lugar más costoso para rodar en Colombia, Bogotá se ha vuelto también, una ciudad muy costosa para rodar, en Cali, las autoridades están dispuestas también y además entienden, que si entonces uno necesita cerrar una calle, todo el mundo colabora, los procesos de gestionar, aunque pudieran ser mejores y de hecho en Cali hace falta que funcione la comisión filmica, hay mucha disposición.

Para “Ciudad Delirio”, por ejemplo, cuando fuimos a rodar, nos alquilaron la carpa de Delirio y rodamos por tres noches allá con extras. Toda la gente que estaba en la carpa de Delirio durante el rodaje, era porque, o le estábamos pagando, o porque quería estar ahí como extra, y la mayoría eran los vecinos, los amigos del colegio, de la universidad, los amigos de los hijos... logramos cada noche tener 600 personas de puro parche, les pagábamos a los que son de las agencias, de modelos, de actuación, los que eran la cara principal, pero para que se viera lleno el sitio, muchos amigos por el solo hecho de estar ahí, de tener la experiencia de

participar en una producción y ver cómo es que se ruedan las escenas, les parecía lo máximo.

Eso pasa en Cali, colaborar de puro parche, en Bogotá ni peligro, no pasa. En Cali uno logra que la gente se sume a la realización de una película por el solo hecho de apoyar a un grupo de gente que está emprendiendo un proyecto, eso en Cali es posible, en otras ciudades yo no lo veo así; por ejemplo, Bogotá es una ciudad menos amable frente a eso, en Cali hay talento y hay disposición, además, uno tiene muchas opciones, de personas que quieren ayudar, que quieren prestarle a uno sus locaciones por el solo hecho de que les parece muy chévere que en una producción salga su casa, o su finca, o su carro, y eso hace que puedan hacerse las cosas más fácil. En el tiempo, pues todo se vuelve una industria y todo tiene que tener un costo y eso es comprensible, pero como te digo, la disposición que se encuentra en Cali, difícilmente se encuentra en otras partes, la disposición de colaborar y el talento.

- **Entrevista OSCAR RUIZ NAVIA**

¿En promedio cuanto tiempo toma la producción de una película (desde el guion hasta la distribución)?

Eso es muy relativo, varía de acuerdo a la película, pero más o menos unos tres años, puede ser más, puede ser un poquito menos, porque habitualmente hay más o menos un año de desarrollo, donde digamos hay que tratar de consolidar el guion, y te hablo de tiempos mínimos; si alguien quiere escribir el guion de una película, yo creo que mínimo necesita un año para armarlo bien, hacer diferentes versiones, y porque las convocatorias de financiación son casi siempre anuales, entonces, un año para hacer trabajo de guion, un año para financiación y luego, no sé si meses de pre producción, rodaje y más o menos son 6 meses de postproducción, pero como en todo, siempre hay excepciones, y también hay películas aquí en la región que, por ejemplo, se demoraron resto de tiempo hasta poder filmarla y luego la filmaron y se demoraron 3 años para editarlo, entonces digamos que eso es muy relativo, pero por lo menos en el caso de nosotros, hemos tenido la fortuna de establecer un ritmo de trabajo, de pronto por nuestra personalidad.

Digamos, yo cuando salí de la universidad, sentí esa necesidad y ese vacío de la producción, yo sentía que sí había un gran conocimiento en cuestiones conceptuales, estéticas, la cinefilia y todo eso, pero sentía que no había un panorama de la producción aquí en la ciudad, excepto algunas empresas que estaban haciendo y siguen haciendo cosas, por ejemplo, sabemos que Dynamo,

que en este momento es de Bogotá, pero digamos los creadores son gente de aquí de Cali, y ahí había como una cosa, pero nosotros por lo menos no nos identificábamos con el tipo de cine que hacían nuestros colegas, es decir, algunas cosas por supuesto nos gustan, pero digamos que vimos la necesidad de que teníamos que abrir nuestro propio camino, de hecho hubo algunos intentos como de que nos ayudaran y en fin, hasta que un día entendimos que teníamos que abrir esto de otra forma, porque era la única manera de salir adelante, entonces nosotros siempre pensamos esta empresa como una plataforma de experimentación de cine, no teníamos al principio un tipo de intención industrial o comercial, era más el acto artístico de hacer cosas y las películas más radicales, luego con el tiempo, de manera muy sabia, pienso, nos dimos cuenta que toda esa cuestión económica o de producción era tan o más importante que la cuestión artística y la vaina rebelde y todo, era la parte de producción económica que nos iba a generar la utilidad para poder hacer lo que queríamos, entonces nos organizamos y hemos establecido unos esquemas de trabajo.

Nosotros estamos haciendo más o menos una película anual, es un poco la meta que tenemos, y siempre tenemos películas en diferentes fases, entonces digamos estamos desarrollando una, ya hay otra que de pronto esta ya rodada, otra en postproducción... pero sí es importante entender que depende de cada grupo, hay grupos que no tienen esa conciencia de la utilidad, entonces pienso que serían esos tiempos, pero más que todo porque es la decisión que queremos, de tener una continuidad.

¿Logra tener financiación en la pre y producción de la película, o generalmente cómo se financia cada etapa de la película?

Digamos que lo ideal es atacar los recursos que sirvan para el desarrollo, es bien jodido conseguir toda la plata de la producción de una, para lograrlo se tiene que tener un proyecto bien desarrollado, bastante sólido, no solamente en el guion sino en todas las propuestas artísticas, estéticas... entonces uno siempre le apunta al principio a conseguir financiación para el desarrollo, que no son dineros tan grandes y generalmente las convocatorias no son tan difíciles porque son premios más pequeños de dinero, en esa fase de desarrollo también se necesita mandar el proyecto a diferentes encuentros o certámenes, de coproducción, donde uno pueda que no consiga dinero pero empieza a generar unas relaciones importantes para la película en un futuro, por ejemplo, a veces uno está en encuentros de coproducción y de pronto conoce a un programador en un festival que se va a quedar con la vaina de que la película ya está en proceso y cuando ya está terminada, pues la mira, lo mismo con distribuidores, etc... digamos que esa fase es bien importante, en la medida en que un proyecto esté bien desarrollado, conseguir la financiación va a ser más rápido, a veces uno es muy testarudo de

pensar que necesita entonces ya la plata, cuando en realidad es mejor ir suave y asumir “bueno, faltan 1 o 2 años para hacer esto, para que podamos primero conseguir unas platas más pequeñas”, que cuando uno aplica a los fondos ya de producción grandes, miran entonces que es un proyecto que se ha desarrollado, que ha tenido apoyos de escritura, script doctors, por ejemplo... luego digamos que lo ideal obviamente es lograr la plata para toda la fase de producción y de posproducción de una, o sea eso es lo ideal, y yo he hecho algunas películas así, por ejemplo, “Los hongos” es una película que cuando empezó el rodaje, tenía ya una plata para empezar a hacer la post y faltaban unas poquitas platas, pero digamos que había un grueso en la financiación, teníamos muchas fuentes de financiación aseguradas en ese momento y cuando uno gana la beca del FDC de producción, allí hay una fase que ya está destinada para la posproducción, pero también me ha pasado que hay películas en donde no he podido hacer eso, me ha tocado arrancar a rodar la película con la plata para esa fase no más, y se terminan los rodajes y quedo otra vez en ceros y me toca empezar a buscar la plata por otro lado.

Realmente, mis películas como director, excepto “Los hongos”, han sido difíciles de financiar, por su naturaleza, porque mis guiones no son los guiones más clásicos, entonces la gente no logra visualizarlo muy bien... con “El vuelco del cangrejo”, me pasaba todo el tiempo, era mi opera prima y entonces nadie sabía en ese entonces el alcance de nosotros y en realidad no tenían razones para apostarle al proyecto, entonces casi que tuvimos que rodar la película así como a destajo, y ya con la película rodada y con una pre edición, la gente entendía, era difícil con las palabras que lo visualizaran, pero por ejemplo, “La sirga”, que fue la siguiente película que hicimos, que la dirigió William Vega, fue todo lo contrario, como veníamos con lo que había pasado con “El vuelco del cangrejo”, que fue una película que realmente cuando salió, fue una explosión en muchos lados, una película que estuvo en más de 100 festivales, una película muy exitosa, entonces cuando nosotros fuimos a pedir la plata para “La sirga”, claro, ya teníamos ese respaldo y el guion de William, de todas maneras, por su formación, que estudió una maestría en guion, era un guion también más efectivo, mejor escrito... el guion de “El vuelco del cangrejo”, tenía muchos abismos, porque también era una película más documental, yo quería trabajar con actores no profesionales, y por ejemplo, trabajé los diálogos con ellos, entonces digamos que en el guion no estaban claros los diálogos de la película porque yo de antemano sabía que era algo que iba a encontrar en set, en cambio “La sirga”, es una película muy clásica en ese sentido, a nivel de la escritura, un guion muy bien escrito, entonces eso, más el respaldo del vuelco, aplicábamos a los fondos y todo nos salía, en año y medio ya teníamos como 600.000 dólares para hacer la producción y la verdad “La sirga”, fue la película que a nosotros nos consolidó la idea de hacer una empresa ya más formal, porque antes en la época del vuelco, prácticamente la empresa era una página web y una cámara de comercio, pero no había una sede, y fue gracias precisamente a “La sirga”, con toda la financiación que obtuvimos, que pudimos

montar nuestra sede y ya se profesionalizó nuestra parte de producción , de administración, y ahí ya empezó a crecer... “Los hongos”, también fue una película que se financió bien, porque bueno, era mi segunda película, ya nos había ido bien con “La sirga”, etc... pero por ejemplo ahora, la nueva película que hice “Epifanía”, me tocó primero hacerla y ganar después la beca de postproducción, la película nueva de William Vega, “Sal”, conseguimos una plata para hacer el rodaje, pero en este momento que estamos en fase de postproducción no tenemos todavía asegurada la película, entonces también depende del proyecto.

Nosotros este año, estamos cumpliendo 10 años, nosotros formamos esta empresa hace 10 años... durante estos años, siempre estuvimos muy basados en el tema del FDC , la verdad, el fondo de cine ha sido la columna vertebral de nuestra financiación, de ahí que igual hemos conseguido otras financiaciones de otros lados, pero realmente las películas siempre han tenido FDC, pero a raíz de la última película que rodamos, “Sal”, donde no logramos el apoyo del FDC y hasta el momento no lo hemos logrado, hemos aplicado 4 años seguidos y no ha habido suerte ahí con los jurados, pero precisamente a raíz de “Sal”, de esa experiencia y de la necesidad de hacer la película de todas formas, hemos empezado a considerar nuevas formas de financiación, por primera vez estamos trabajando con inversión privada, entonces ha sido interesante ese proceso, porque es un cambio y un fortalecimiento de Contravía en otro tipo de entornos de financiación, también porque yo me agote un poco del mismo esquema, de que si la logras, re bien porque es un dinero que no hay que reembolsar, pero si no la logras, entonces te quedas con el proyecto ahí y pasan años y nada, así que hay que empezar a abrir nuevas formas de financiación. Estamos ahora precisamente en esa etapa de nuestra empresa y es bacano, yo antes pensaba que empezar a buscar privados y eso era como un sinsentido, como una perdedera de tiempo, porque nosotros hacíamos películas muy indie, pero ahora me he dado cuenta de que hay formas de vender lo que nosotros hacemos, o sea, sin cambiar lo que hacemos, podemos motivar a mucha gente a que se meta a camellar en lo que nosotros hacemos, es cuestión de enamorar a la gente del proyecto, y obviamente ya entramos en una cuestión donde tenemos unos logros que mostrar, entonces nos van a parar más bolas, antes de pronto como que no, pero ahora tenemos una cantidad de respaldos históricos, de lo que hemos hecho, que de pronto van a decir “bueno, esto no es tan comercial pero puede generar visibilidad de nosotros en tales escenarios, tales proyectos”, estamos un poco como aprovechando esa situación.

¿El dinero que se recauda en taquilla (nacional e internacional), festivales, ventas DVD, y VOD, obedece a una estrategia comercial de ganancia, o de financiación de la misma película ?

Teóricamente debería ser la plusvalía de la película, se supone que son ventas, lo que pasa es que a veces ocurre, que igual no lograste financiar del todo la película, entonces te toca mirar que hacer, por ejemplo, en el caso de “El vuelco del cangrejo”, fue un poco así, o sea nosotros hicimos la película gracias a que el equipo se asoció, la gente no recibió el súper salario ni nada, entonces cuando la película generó ingresos, se le pagó a la gente; en ese caso por ejemplo, sí, esos ingresos posteriores sirvieron para financiar la película, en los otros casos no ha sido así. Lo ideal es que todos esos ingresos posteriores sean la ganancia, eso es lo ideal, y más en este tipo de películas que son películas donde no se tiene el aparataje comercial de grandes actores o no sé... nosotros, por ejemplo con el tema de la promoción, a veces la promoción de una película puede ser tan costosa como la película misma, entonces a veces no hemos contado con grandes inversionistas para la promoción.

Realmente uno gana cierto dinero, es con la taquilla nacional, pero eso, en el caso de las películas de contravía, pues no ha sido la gran plusvalía de las películas, pues las películas colombianas cada vez más se quedan muy poco tiempo en cartelera, pero sí, son pequeños ingresos, pero nosotros hemos ganado más que todo es afuera, con la venta de las películas en otros países, a la tv de otros países, la exhibición de la película en festivales en otro lado, entonces periódicamente nos llegan recursos, que nosotros hemos sabido reinvertir en la empresa misma, para hacer que la empresa crezca y apostándole a invertir en nuevos proyectos, por ejemplo, nosotros para hacer “Sal”, tuvimos que invertir parte de nuestros recursos en la misma película, teniendo la idea o la meta de que al invertir en “Sal” pues luego “Sal”, si le va bien, que digamos es una película ya madura, de un director más maduro, que tuvo gran éxito con su primer película y también una película ya de la productora de la empresa, con varias películas antes, entonces le apostamos a ese proyecto, porque sabemos que ese proyecto con todo lo que tiene atrás de experiencia, puede quedar, y obviamente esto es un ideal, pero puede quedar muy bien, entonces esa película puede generar el doble o el triple de lo que invertimos. Digamos que es una apuesta artística por una parte y también desde una idea de negocio y de apuntarle a algo con el optimismo de que te va a ir bien.

Algo que si es muy importante decir, con respecto a esos ingresos, es que , antiguamente siempre la gente soportaba su esquema de financiación y de recuperación con la taquilla colombiana y la verdad es que eso, es solo una fuente de ingresos que está muy debilitada en este momento, porque digamos que no depende solo de los productores o de cuánta plata tengan para promoción, si no que depende más que todo de los exhibidores, o sea del agente que tiene el poder de decisión de que pone en las pantallas o no... hay una paradoja ahí, porque el cine colombiano está creciendo a montones, o sea la producción, pero entonces se está reduciendo la exhibición de cine colombiano cada vez más, es muy

paradójico eso, es como que cada vez hay más películas pero menos espacios para ver películas colombianas, y pues eso es una labor en conjunto entre los exhibidores, obviamente los productores con sus ideas de promoción y las mismas instituciones culturales, como ministerios y todo eso; todo el mundo tiene que unirse para sacar adelante esa vaina, pero hay muchas discrepancias entre todos esos entes, todos piensan que la solución es diferente, por eso es que el público colombiano en este momento está muy mal con las películas colombianas, porque hay un deterioro, yo le echo más que todo la culpa es a los exhibidores, porque la gente se embruteció, ya la gente piensa que el cine, es solamente ir y la diversión y ya, entonces dicen que el público colombiano no soporta otro tipo de películas y eso, pero eso es muy relativo, eso podría rebatirse realmente si todo el mundo se pusiera en la idea de “vamos a hacer que la gente pille vainas diferentes, etc.” Esta idea, de que el ingreso por taquilla era lo más importante y si tú hablas con productores de antes, tipo Antonio Dorado, incluso Alina Hleap, todo su esquema de recuperación se basaba en el tema del estreno en Colombia.

Nosotros, por ejemplo, muy pronto comprendimos que eso no era así, o por lo menos en el caso de nosotros no es así, por el tipo de películas que hicimos, sino que nos dimos cuenta que obviamente, hay que considerar esos ingresos, pero debíamos apuntarle era a otras ventanas afuera, de otros países y eso tiene que ir acompañado de una estrategia de viajar, de salir, de tener la capacidad también de generar relaciones con personas de otros lados y sobretodo ofreciendo un producto de mucha calidad, es la única manera de brillar en esto, teniendo calidad. Hay gente que puede tener mucha plata, pero si no tiene calidad no pasa nada, hay mucha gente del medio en Colombia que se queda en el mismo medio colombiano, porque no brilla, porque estéticamente, narrativamente, simplemente son unos manes que están intentando reproducir ciertos esquemas del cine convencional, pero no tienen un punto de vista auténtico, entonces se quedan ahí y hacen un cine mediocre, mejor dicho, para vos ganar plata, vos tenes que ser bueno, o sea, tenes que ser artísticamente muy bueno, excepto digamos, el modelo de Dago García, que es un modelo muy interesante, porque Dago, sí es un man que tiene un negocio muy específico, él no es un man pretencioso que se jura el gran cineasta, porque no, el mismo dice que su cine, es un cine ligero para divertir y es un negocio, a él lo que le gusta es la tv, él es guionista y ahora está empezando a apoyar gente de todo tipo de cine, que él sabe que es un cine que es necesario, que cambia el lenguaje, que aporta, y lo otro para él es un negocio que le genera unos recursos y tal, pero es un man que es cero pretencioso, mientras que vos ves unos manes, que se juran los re directores y son unas guevas y hacen unas cosas malísimas y no se ganan ni la mitad de la plata que se gana Dago, entonces se quedan ahí en un “in between”, que no son ni buenos artísticamente, ni les va tan bien con la plata, son unos manes que se quedan en un nivel mediocre.

¿Cómo logra dar sostenibilidad a su empresa?

Digamos que hay varias fuentes, por un lado está el tema de las convocatorias, nosotros tenemos acá un gran conocimiento en esa parte, porque fue, durante 10 años, la estructura principal de nosotros, a través del FDC o de otro tipo de fondos internacionales, entonces siempre estamos en un constante trabajo de eso, eso está anclado también, a nuestros planes de producción con otros países, que también fue una cosa que, muy pronto comprendimos que nuestra forma de hacer las películas era encontrando alianzas con productores de otros países, nosotros hemos coproducido con Francia, Alemania, Dinamarca, Suecia, Argentina, Canadá, hemos hecho alianzas con empresas de esos países y ellos también consiguen financiación allá en sus países para nuestros proyectos, y eso ha sido, digamos, como la forma principal.

En este momento, estamos abriendo una nueva línea de trabajo, estamos formando un departamento de contenido digital y servicios de producción, que se llama “Casandra”, que va a ser una marca, en la cual estamos en el proceso de lanzamiento de la marca, y la idea es que vamos a hacer todo un espacio para poder hacer otro tipo de productos, ofrecer servicios a terceros, no vamos a hacer cualquier cosa de cualquier marca, sino también aprovechar un poco lo que está pasando ahora con la publicidad, un poco el hecho de que, el modelo convencional de la publicidad se agotó y ahora la publicidad está en busca de qué puede sacar del cine, además porque el cine esta como de moda y no sé qué, entonces como nosotros tenemos toda esa experiencia de hacer películas, queremos ofrecer unos servicios donde todas estas agencias y digamos, empresas que necesitan hacer publicidad de sus cosas, puedan tener productos que estéticamente sean diferenciales, a través de los mismo recursos del cine, estamos apuntándole a eso, también tratando de intentar ofrecer servicios de producción para películas de afuera que quieran venir acá a Colombia, con la nueva ley de cine (1556) y hace un tiempo comenzamos este proyecto porque vemos allí también una forma de financiar nuestro cine, el cine que nosotros hacemos, que obviamente es nuestra actividad principal y lo que realmente nos mueve y nos gusta, lo otro lo queremos hacer también, para tener el acceso a varias personas, que de pronto en un futuro, también quieran apoyar la parte del cine y la idea es generar ese modelo para no depender solamente de recursos de instituciones, tipo el FDC, si no, poder tener algo de recursos para una continuidad mayor y lo otro también es la cuestión de las alianzas con otras productoras internacionales, que creo que ahí es donde radica la continuidad de Contravía.

¿Cuál es el proceso de distribución de sus películas? ¿Cuenta con un modelo genérico de distribución o crean uno por película?

Sí, se cambia dependiendo del proyecto, porque digamos que hay películas que tienen más elementos para hacer ciertas cosas, entonces depende, pero habitualmente, lo que hemos intentado hacer es, poder hacer el estreno en Colombia, conseguir dinero acá, y un “sales agent” internacional que nos ayude a buscar distribución en otros países. Cuando una película se termina, uno como productor hace su labor, pero luego necesita conseguir un agente de ventas, que es como un manager, un representante de la película y uno negocia con ellos y ellos son los que van a los mercados y tratan de conseguir la distribución ya específica de cada país, ellos son los que negocian eso, uno como productor no hace ese trabajo, para eso están los agentes de venta, y ellos cobran su comisión y todo, pero es bueno tenerlos, aunque la gente se queja mucho, porque los manes al principio son muy amables y luego se quedan con las películas y nunca mandan los reportes ni nada, y eso digamos, que a mucha gente le ha pasado, esa vaina de que los “sales agent” nunca volvieron a aparecer, pero es bueno, tener esa cara que represente a la película, no es lo mismo ir a poner tu cara en la tiendita de don Juan que ponerla en Carrefour, vos sabes que, en Carrefour, va a llegar gente y la va a comprar, es un poco como eso.

Entonces, dependiendo de cada película, hay que plantear una estrategia, pero lo ideal es conseguir un agente de ventas, que te represente, ellos son muy determinantes en los festivales, por ejemplo, la película de Ciro Guerra, “El abrazo de la serpiente”, es una película que logra llegar a los Oscars, por supuesto por su calidad, pero también por la gente que agencia la película, es decir, quienes están agarrando la película a nivel de distribución internacional y todo, pues son personas que le ponen a la película ese beneficio, es un poco lo que le pasó a esta otra película “María, llena eres de gracia”, HBO que es semejante empresa, la agarra, y entonces HBO se encarga de que llegue a los Oscars.

Es importante intentar buenos distribuidores y buenos agentes de venta, eso es lo ideal, pero me ha pasado también, con algunas películas, que no lo he logrado y me toca a mí mismo hacerlo, entonces el otro departamento que nosotros ya implementamos, desde hace más de un año, es el departamento de distribución, yo tengo una persona que trabaja solo para ese departamento y es la persona que se encarga de todo el tema de festivales internacionales de un par de películas que nosotros tenemos, y a mí me ha gustado eso, porque también te genera a veces mayor control, de pronto no logras tener tantas cosas, pero lo que tienes por lo menos te llega la plata, que lo que pasa a veces es que, cuando tienes vendedores y todo, yo a veces estoy en mi pc o miro un periódico y veo que mi película la van a dar en tal lado y a mí nadie me informó, ¿dónde está la plata de esta proyección? ¿a quién se la van a mandar? Entonces eso es un poco

frustrante, cuando trabajas con distribuidores grandes; ahora, cuando hemos tenido nosotros mismos que hacer las cosas, a veces no es el gran negocio, pero la plata te entra a tu cuenta, entonces tu sabes que es tu dinero y que es tu trabajo, que siempre en la cadena de la producción, es muy triste porque, pero eso es en general en la historia del arte, ha sido así, es muy triste que el creador es el que menos gana de toda la cadena, siempre ganan son los galeristas, los editores en el tema de los escritores, las disqueras en el tema de la música, en el tema del cine son los distribuidores o agentes de venta, y eso sería una idea que valdría la pena de pronto confrontar y romper, quitar tantos intermediarios entre el que hace la obra y el que la consume, para que ese ejercicio de contribución económica sea más justo y le llegue a la persona que hizo la vuelta, pero siempre ganan más los que la venden que los que la hicieron, entonces eso es un poco embarrada. Yo estoy ahí con ambas cosas, por ejemplo, “Sal”, es una película que nosotros creemos mucho en ella, y se hizo con una cuestión de equipo y de calidad muy grande, entonces queremos que sea una película que logre tener un gran vendedor, etc. Pero, por ejemplo, “Epifanía”, que es la película que voy a estrenar ahora, que yo dirigí, es una película muy experimental, entonces esa seguramente la tendrá que manejar más el departamento de distribución de Contravía y tener una estrategia diferente, de pronto movernos más en certámenes de arte, de pronto entrar al circuito más de museos y otro tipo de cosas, y seguramente, si eso se lo diéramos a un gran vendedor, pues el man tampoco sabría qué hacer con eso, ni le daría el cuidado. A cada película hay que hacerle un análisis de qué es lo que le conviene más.

¿Qué significa para usted obtener ganancia con una película?

Yo pienso que, la mayor ganancia de una película, es de hacer otra, creo que es lo más importante. También depende, porque digamos que con las primeras películas que hicimos, de pronto las ganancias económicas, de cash, no fueron tan grandes, pero ganamos de otras formas, o sea, darnos a conocer, más de posicionamiento... entonces, digamos que ganar es muy relativo, en el sentido de que, no es solamente la plata, el cheque, sino que tú puedes ganar de otras formas, y también el hecho de poder tener continuidad, creo que es lo más valioso, en ese sentido yo sí me siento muy ganador, porque la verdad, nosotros desde que empezamos a hacer películas, no hemos parado; obviamente eso tiene que estar acompañado de un trabajo de estar pensando proyectos y tener ideas, pero realmente lo ideal es que las películas puedan estrenarse en un buen lugar.

Nosotros todas las películas las hemos estrenado en festivales grandes, festivales importantes y obviamente cuando tu abres en esos festivales, la película entra en un circuito donde la gente quiere verlas, entonces es como que si pones la película en tal festival, la gente ya quiere verla, digamos 20 más quieren mostrarla,

entonces hay que hacer un trabajo de gestión muy importante, de posicionamiento, de relaciones, hay que viajar, hay que ir a los mercados, hay que trabajar mucho el tema del diseño... lo más importante es la calidad, si tú tienes algo calidoso que ofrecer, logras ubicar siempre ventanas, pero a veces, la gente aquí en Colombia, cree que con tal actor famoso en la película les va a ir bien, o la escena de la nena mostrando las tetas, entonces hacen la del vivo bobo, creen que así es que les va a ir muy bien o se van a tapar de plata ,pero artísticamente se golpean las películas con este tipo de decisiones. Para nosotros es más bien apuntarle a la calidad de lo artístico, entre mejor sea lo artístico, más vamos a poder lograr el éxito de las películas, y esa es nuestra filosofía como Contravía, no empezar a tomar decisiones a priori, para mí es un error en la industria y esto ya es una opinión personal, cuando hay productores que hacen las cosas pensando en tener millones de espectadores, de alguna manera fría, destruyen la película, porque piensan que con eso van a tener éxito, y para mí, eso es un error , nosotros nunca hemos hecho eso, al contrario, queremos hacer esto así radical, esta necesidad expresiva, y apuntándole a la calidad es la única manera que nosotros podemos lograr que la película triunfe, pero cuando se toman esas decisiones, supuestamente estratégicas para que triunfe, la embarras, a mi modo de ver... incluso, hay mucha gente que ahora ha malentendido lo que alguna gente ha hecho, por ejemplo, si llegara alguien diciendo “nos vamos a hacer famosos, hagamos una película en el Amazonas y en blanco y negro para que nos vaya bien como a la película de Ciro Guerra”, estoy seguro que si lo hace, fracasa, porque Ciro no hizo su película pensando de esa forma, yo estoy seguro que Ciro tenía una idea artística súper fuerte en su alma, tenía ganas de hacer una película de esa vaina, pero no tenía a priori ningún tipo de intención de ir a los Oscars, entonces el man la hace de manera muy honesta y por eso triunfa, pero el que va allá, a priori ,a hacer una película con un paisaje bien raro para que les vaya bien, los que caen en esa trampa, siempre les va mal y hay mucha gente que lo está haciendo en este momento y se quedan ahí, como en ese mundo, como en ese purgatorio.

¿En qué momento usted identifica que la película generará ganancias o pérdidas?

Cuando ya está terminada. Cuando está terminada, porque como te digo, las películas de nosotros han sido películas donde lo primero es la intención de hacer una obra, Contravía nunca ha hecho una película donde simplemente sea una cuestión de un negocio comercial, no, siempre es una obra, nuestro departamento de comerciales, “Casandra”, seguramente sí va a trabajar con ese esquema, pero Contravía Films es una boutique de películas de autor, es una plataforma de experimentación en el cine, nosotros tratamos de hacer películas donde, de acuerdo a la película, ponemos un modelo de financiación, siempre tenemos mucha cordura, en términos de saber que es una película en principio radical,

pues no vamos a pensar en meternos a invertir un montón, no, siempre hay mucho cuidado y hay una relación entre la parte creativa y la parte de producción, para poder tener libertad, pero tampoco enloquecerse, además porque también hay que ser coherentes, no podemos hacer una película donde por ejemplo se va la imagen y 5min de negro, y decir que le metemos un millón de dólares, no... o sea, si yo quiero experimentar esa vaina, pues tengo que entonces, ser consciente de la producción y creo que ese ha sido un poco el éxito de nosotros y es que somos muy respetuosos con la producción, o sea, queremos ser muy experimentales pero somos respetuosos con la producción, creo que esa combinación es lo que nos ha permitido hacer lo que hacemos, si no tuviéramos la conciencia de la producción seríamos unos manes ahí despilfarrando recursos y no es la idea, además porque también la austeridad es buena, tener una forma austera de ser es bueno, a mí me parece que la austeridad siempre te lleva a ser una persona más concreta, mas sintética, no porque tengas muchas vainas vas a ser mejor, no necesariamente, yo creo que como dice el dicho, “en la simpleza está todo”, entonces nunca me ha pasado que antes de estrenar la película ya sé que voy a perder, no, antes siempre es “vamos a ganar”, lo que sí hemos sentido es, “nos falta plata para finalizar la financiación”, por ejemplo, como te comentaba, actualmente nos hace falta para terminar ciertos procesos de “Sal”, pero entonces no es que uno sienta que ya perdió, sino que faltan algunos recursos, y entonces se elaboran estrategias, se busca el dinero, etc...

¿Cómo reaccionan los empresarios (inversionistas y donantes) ante la Ley de Cine?

Depende del inversionista y depende del proyecto, o sea, no hay una sola manera, en general, tengo la impresión de que les agrada más las películas más comerciales, más grandes, donde puedan tener un retorno rápido o que pueden ser películas con un gran impacto, pero el mercado está muy duro en general, yo he visto películas de empresas acá, que se consideran “más comerciales”, que tienen una cantidad de actores y les fue re mal; ya no es garantía que si tenes las súper estrellas te vas a hacer el taquillazo, no, eso es muy relativo.

Por ejemplo, lo que le pasó a *Ciro*, una película que nadie daba un peso por ella y hasta donde llegó, entonces insisto en que uno triunfa si uno es calidoso, la calidad es lo que hace que la gente triunfe, los que son mediocres pueden tener todo su aparataje comercial y no van a triunfar. Yo creo que los inversionistas, sería importante que también vieran eso, se dieran cuenta que pueden invertir en otro tipo de películas donde hay una pretensión, digamos más artística, más de exploración del lenguaje y creo que podrían ganar, porque ya el cine colombiano ha abierto las puertas en el mundo, o sea, nosotros ya no somos una cosita por allá aislada, sino que nosotros tenemos toda la capacidad de competir con otras

películas del mundo y hay que tener esa misma actitud así, porque si uno tiene esa actitud acomplejada, como lo que siempre nos pasa, que digamos, vamos a miss universo y no reina, sino primera princesa, vamos a los olímpicos y medalla de bronce, o sea, nunca aspiramos a lo mejor, siempre es mediocre, siempre tenemos miedo. En el fútbol por ejemplo, los argentinos siempre ganan porque tienen la actitud de ganar, los colombianos siempre se llenan de miedo al final porque tenemos ese temor, siempre en todo, entonces en el cine es lo mismo, antes pensábamos que el que hacía una película era el putas y hacer películas es como tener un restaurante, es un trabajo... obvio hay que tener ideas y tal, pero entonces hay que bajarle también a la vaina, al visaje de que “soy el cineasta y no sé qué”, sino que “vamos es a camellar”, y los inversionistas, digamos que a veces no ven eso, porque tienen esta idea de que el cine es la moda y la fama. También hay mucho desconocimiento de las posibilidades que tiene el cine, pero por ejemplo, yo que estoy empezando a trabajar con inversionistas, ha sido interesante tratar de enamorarlos de los proyectos que estamos haciendo, siempre trato de basarme o de apegarme mucho al tema de la calidad, cuando los manes ven la calidad pues se motivan.

¿Cómo reaccionan los inversionistas extranjeros y coproductores frente al cine local y temáticas narrativa, cual es el panorama en los mercados internacionales?

Pues no he tenido inversionistas extranjeros, no conozco, digamos si nos vamos al término oficial de lo que es un inversionista, que es un man que da plata y ya... los coproductores, pues hay muchos, hay muchos tipos de coproductores, digamos que yo siempre he tratado de buscar empresas afines a Contravía, gente que hace películas más o menos de la misma clase y siempre ha sido la calidad y la cuestión artística lo que ha hecho que todas estas personas con las que hemos trabajado pues quieran trabajar con nosotros, gente que vibra con lo que hemos hecho por la cuestión del cine mismo, esa ha sido mi experiencia con el tema de la coproducción internacional.

El panorama en los mercados internacionales, es favorable depende de cada productor, hay gente muy buena y hay gente muy mala, entonces a los que hacen las cosas bien les va bien, y hay varios ejemplos, este año estamos viendo varias películas que les está yendo muy bien afuera, y son gente buena, gente bacana, camelladora, ahora por ejemplo, lo que pasó con la película de Iván Gaona, “Pariente”, como por citar un ejemplo, uno ve el tráiler y esta súper chévere, cada cosa que hace gente calidosa, gente con pasión y con esfuerzo, siento que en general están empezando a surgir muchas películas buenas de calidad de una manera más constante, entonces estamos en una época donde el cine colombiano se destaca afuera, digamos que es un momento interesante, pero eso tiene su

tricky, su bemol, y es que tiene que haber una continuidad y eso depende de los productores y directores que sigan inventándose ideas bacanas, que no se queden solo en hacer una película y ya, sino que quieran seguir dándole... porque todas las tendencias de los países son tendencias, entonces digamos, hace unos cinco años estaba de moda el cine filipino, hace unos diez años el cine rumano, el cine de Corea, el cine iraní, entonces ahora, de pronto puede ser el cine colombiano, pero así pueden ser 2, 3 años de ese auge y ya... el cine argentino, por ejemplo, a principios de los años 2000 estaba en furor y todos los directores se iban a los festivales, aplicaban a las mejores vainas y era súper fuerte el tema del cine argentino, y no es que haya bajado, porque igual los argentinos siempre están ahí, pero ya no está en auge, entonces hay que aprovechar ahora, porque la gente está hablando mucho de Colombia, pero eso también se va a acabar y hay que estar preparado para ese momento.

¿Qué tipo de cine le interesa producir?

Cosas de calidad, donde haya un autor atrás, puede ser cualquier género, lo importante es que sea algo muy riguroso, artísticamente fuerte, que haya un punto de vista, una pretensión de hacer algo personal, fuerte, hacer una historia ahí por hacer, no me interesa, la verdad.

Son matrimonios de mucho tiempo, son procesos largos, entonces tiene que ser una cosa que me haga vibrar, tiene que ser una persona que tenga una visión. Ahora está muy de moda el cine, entonces todo el mundo quiere ser cineasta, pero a la gente le gusta el cine es como por la cuestión de poder mediático que le da, de posicionamiento social, pero realmente a la gente no le gusta el cine, la gente no ve cine, no investiga, les gusta el cine por la parte social, de cierto reconocimiento, pero como lenguaje, como arte, la mayoría de gente que está supuestamente metida en el cine, no le interesa.

Yo hasta hace poco estaba viviendo en Bogotá, llegué de Bogotá hace más o menos unos 4 meses, estuve allá casi dos años, y me regresé, precisamente porque sentí que Bogotá es una ciudad donde digamos, hay una tendencia, donde hay un sistema de producción muy fuerte, hay más recursos, hay mucho trabajo, pero es una vaina donde, la cuestión artística del cine se descuida mucho, si vos propones hacer un conversatorio o un cineclub, te toman como mamerto; allá solo es rumba y rumba, entonces todo el mundo en el cine no se piensa el lenguaje, no se estudia.

El cine colombiano necesita más investigación en general, la gente tiene que investigar más, leer más, ver más películas, ver otro tipo de referentes, porque

siempre es lo mismo... entonces la gente se ve “Narcos” y ya, y “narcos” está bacano, a mí me gusta, me atrapó, me la vi de una, bueno, pero eso es una cosa, a parte hay tantas vainas... aquí la gente no conoce lo que pasa en el cine asiático, en el cine africano, somos muy ignorantes en general, muy snobs, muy acomplejados, yo siento que el pueblo colombiano es muy acomplejado, esta idea de pretender ser como Hollywood, es una muestra de que somos unos acomplejados los verracos, nos falta visión de mundo, aquí se inventan cualquier festival y copian el modelo de como son los Oscars, el presentador chistoso, los mismos premios, etc. Es un complejo de inferioridad impresionante, en vez de entender que nosotros tenemos nuestra propia manera de ser, nuestro propio lenguaje y tendríamos que enfocarnos es en eso, en encontrar nuestras propias formas de hacer las cosas.

¿Cómo ve la nueva generación de realizadores con relación a temáticas y modelos de producción?

Yo creo que está bien, están creciendo, hay que mejorar muchísimo, en términos de producción pues sí, se está mejorando, o sea, hay de todo, hay gente muy buena, hay gente que está metida en esta ilusión del mundo del cine y la fama, y ahí se van a quedar y seguramente van a tropezarse más adelante o van a fracasar, porque si no se ponen serios y no se dan cuenta que el cine en realidad es una cosa muy sagrada, muy importante, pues se van a quedar ahí, en su mundito, digamos capitalino, de apariencia y rumba. Luego habrá otros quienes realmente aprovechen lo que está pasando con el mundo del cine en términos de mirar a Colombia y digamos que van a persistir y va a florecer la gente seria, la gente que realmente sea rigurosa y apasionada.

Creo que está bueno que hayan bastantes personas haciendo cine, me parece que entre más personas hayan, va a ser mucho más fuerte, va a haber más exigencia de parte de todo el mundo, para poder hacer algo autentico que se posicione.

¿Cuál es el beneficio directo para el cine caleño que brinda la ley 1556? ¿Se ha beneficiado de la ley?

Yo hasta ahora no me he beneficiado de esa ley, digamos que en este momento, por ejemplo entiendo que de aquí de la región, Dynamo y 64A Films, creo que han sido los únicos que han utilizado esa ley.

Esa ley es interesante, en el sentido que, podría generar un movimiento monetario, económico para técnicos y todo eso, a veces es un arma de doble filo porque genera unas expectativas económicas un poco complicadas, es un poco extraño, porque por una parte genera unos beneficios pero luego puede golpear la producción nacional, hay una paradoja.

Sin embargo, nosotros dentro de nuestro nuevo departamento que estamos construyendo, queremos meternos en esa vaina, porque sentimos es una posibilidad de generar recursos y relaciones, vamos a ver, pues estamos en ese proceso, siento que en principio, es una buena idea de negocio, vamos a ver como se sigue fortaleciendo. Digamos que el reto, es que haya diferentes tipos de tamaños en eso, porque no todos, y es la verdad, no todos tenemos la capacidad de hacer algo tipo “Narcos”, digamos que Dynamo, tiene un modelo grande porque es una empresa grande, sobre todo con esta ley ellos realmente triunfaron, porque al principio no es que les fuera tan bien económicamente, pero con esto de las series y todo, sí ha habido un crecimiento muy grande en este negocio, entonces realmente hay que ver, ojalá que se puedan hacer más cosas con esa ley aquí en el Valle del Cauca y que se abra, para que más personas puedan aprovechar.

¿Cómo ve la producción de cine caleño con respecto al nacional?

Pues hay como un mito ahí de que Cali, no sé qué, pero eso también hace que la gente se conforme mucho, faltan incentivos institucionales para el cine en Cali, por ejemplo, en Medellín y Cundinamarca, hay unas becas las verracas, acá apenas están intentando unas becas pero está todo muy mal organizado, aquí en el Valle del Cauca falta mucho, el tema de las instituciones culturales aquí, con todo respeto, me parece que tiene mucho que mejorar, o sea, toda la gente aquí que trabaja en gestión cultural, tienen mucho que mejorar.

Me parece que se quedan en el mito de que Cali, no sé qué, y sí, digamos que aquí la gente es pila, hay mucho conocimiento, mucha cinefilia, pero la verdad es que todo el mundo se va para Bogotá, porque aquí no hay nada que hacer, yo porque ahora estoy metido en esta idea de “Casandra” y me vine para Cali porque tengo mucho trabajo, pero yo soy un emprendedor y entiendo que no todo el mundo es emprendedor, o sea, hay gente que necesita que la contraten, un salario fijo, etc. Entonces, a mí me parece que es muy paradójico, porque aquí hay mucho talento pero la verdad, es que la industria del cine caleño es muy mala, aquí nos quedamos en la intelectualidad, que está muy buena, pero todos los responsables de la cuestión de producción, de gestión de financiación, les falta, les falta entender la vaina, pero también por esta idea de que Cali tiene que ser como Hollywood y se quedan en ese juego, pero a nivel completo, de qué se va a

hacer, nada... ¿no ven ustedes todos los años a Luis Ospina, luchando para que le den plata para hacer el Festival de cine de Cali?, aquí hay mucha vagabundería en las instituciones, me parece, y las platas se entregan a dedo, hay mucho mal gusto, toda esta cuestión del narcotráfico permeó la ciudad de una manera muy paila, yo creo que Cali se suponía era una ciudad cultural, artística, y el narcotráfico destruyó todo eso, hay gente que tiene muy mal gusto, toda esta visión neo traqueta de la vida, es una vaina que le ha hecho mucho daño a la ciudad, pero depende de las nuevas generaciones cambiar eso y creo que en ese sentido hay esperanza, porque hay una nueva generación de gente que está ávida de hacer cosas y que ya tiene una relación con el mundo, a través de las redes sociales, de que estamos en otra época.

Tenemos que entender que Cali es el mundo, siempre pensamos que el mundo es NY o París, pero Cali es el mundo también, y desde aquí nosotros podemos hablarle al mundo, nosotros desde aquí desde esta oficina, podemos hacer algo que sea totalmente para el mundo, hay que tener esa visión y no tener complejos de inferioridad, ser riguroso, ser muy apasionado y tener calidad, es la única manera en que se pueden hacer cosas bacanas, pero siento que nos quedamos más como en el nombrecito de "Cali" y ya en lo práctico, nada, es como puro cuento, muy poquitos estamos de una manera muy seria trabajando.

Defina rentabilidad

Rentabilidad es que no te genere perdidas. Cuando tus inversiones se recuperan, cuando logras que los costos sean iguales o inferiores a los ingresos, eso es algo rentable. Cuando algo te cuesta algo y logras recuperar ese valor o más de ese valor, entonces en ese momento, es algo rentable, porque no te genera ninguna pérdida.

¿Cree usted que es rentable hacer cine en Cali?

Sí, bastante, con los elementos que he dicho, si sos calidoso y riguroso, sí es rentable.

Contravía Films es un ejemplo de eso, nosotros vivimos de esto. En este momento no te voy a decir que yo soy un man así que le abunde la plusvalía, pero nosotros estamos bien y tranquilos y sobretodo felices, haciendo películas, y esto está creciendo de manera exponencial, cada vez más, entonces yo creo que, por supuesto que sí se puede, lo que pasa es que hay que tener buenas ideas, si sos mediocre, no te va a ir bien, si por el contrario, sos un man o una vieja que

investiga, que busca, obvio que sí, pero eso es como en todo, o sea, cualquier oficio es lo mismo, tu puedes ser un médico y si tú no eres buen médico, no te va bien, es cualquier profesión, es lo mismo, me parece. Yo creo que sí puede ser rentable.

ANEXO B. CUADRO PELÍCULAS PRODUCIDAS EN SANTIAGO DE CALI

AÑO	PELÍCULA	TIPO	ESPECTADORES	CASA PRODUCTORA	COPRODUCCIÓN	DIRECTOR	PRODUCTOR COLOMBIANO	ESTÍMULOS PRODUCCIÓN	PREMIOS
2003	La desazón suprema	Documental	*No estrenada en salas de cine	NO APLICA	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina	Convocatoria Cinematográfica 2001 del Ministerio de Cultura, de la Beca de Residencias Artísticas del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes de México (Fonca) y del Programa de Estímulos a la Creación y la Investigación del Ministerio de Cultura de Colombia, 2001	Mejor Documental, Distinción otorgada por Radio Francia Internacional (RFI) Festival Encuentros de Cine de América Latina (Toulouse-Francia, 2003) Premio Nacional de Medios Audiovisuales, Ministerio de Cultura de Colombia Mención Festival de Cine y Video Latino de Toronto AluCine (Canadá) Premio de la Asociación de la Prensa de Cádiz, Cádiz.doc. 3ª Muestra Internacional del Documental Independiente (España) Premio al Mérito en Cine LASA – Latin American Studies Association (Brasil)
2004	El Rey	Ficción	373.000	Fundación imagen latina	NO APLICA	Antonio Dorado	Alberto Dorado		Premios Nacionales de Cine 2006: Premio del Público y Mejor Dirección de Arte. - Círculo Precolombino de oro a la mejor película colombiana en el 21º Festival de Cine de Bogotá (Colombia) 2004.
2008	Yo soy otro	Ficción	6.385	Fundación Enic Producciones	NO APLICA	Oscar Campo	Alina Hleap, Maritza Rincón	Desarrollo de Largometrajes y Posproducción de Largometrajes. Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.	Premio al Mérito cinematográfico. Accolade Competition. Mención del jurado juvenil. Festival Internacional de Cine de Amiens (Francia).

2008	Perro Come Perro	Ficción	295.681	Antorcha Films - 64A- Films	Patofeofilms, en asocio con Dynamo Capital	Carlos Moreno	Diego F. Ramírez - Jhonny Hendrix	Desarrollo de Largometrajes y Posproducción de Largometrajes. Fondo para el Desarrollo Cinematográfico - Estímulo para desarrollo del Programa IBERMEDIA	Mejor Actor, Marlon Moreno. Festival Internacional de Cine de Guadalajara 2008 - Mejor Director, Mejor Actuación a Marlon Moreno y Óscar Borda; Mejor Fotografía. Festival de Cine de Gramado (Brazil)
2008	Un tigre de papel	Luis Ospina	*No estrenada en salas de cine	NO APLICA	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina	Realización de Documentales. Fondo para el Desarrollo Cinematográfico Premio Nacional Documental. Ministerio de Cultura de Colombia	Mejor Documental latinoamericano. Cadena TeleSur. Encuentros del Otro Cine. (Ecuador) 2º lugar Mejor Documental. Encuentro Latinoamericano de Cine. Festival de Lima (Perú) Premio especial del jurado. Festival de Cine de Miami (USA)
2010	Uno, La historia de un gol	Documental	NO APLICA	64A- Films	NO APLICA	Carlos Moreno	Diego F. Ramírez		
2010	El Vuelco del Cangrejo	Ficción	24.624	Contravía Films	En coproducción con Burning Blue (Colombia), Arizona Films (Francia), M Films (Colombia), Efe-X, (Colombia), Laboratorios Black Velvet (Colombia) y RCN e Ennova (Colombia)	Oscar Ruiz Navia	Diana Bustamante - Gerylee Polanco - Guillaume de Seille - Oscar Ruiz Navia	FDC Colombia, Fonds Sud Cinema, The Global Film Initiative.	Premio de la Crítica Internacional Fipresci Festival de Cine de Berlin (Forum) 2010, Mejor Nuevo Director Festival de Cine de Las Palmas 2010, Premio Decouverte Festival de Cine de Toulouse 2010.
2011	En coma	Ficción	174,342	Antorcha Films	Efe-x Cine, Colombian Cine	Henry Rivero, Juan David Restrepo	Diego F. Ramírez, Jhonny Hendrix	Producción de Largometrajes. Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.	








2011	Todos tus muertos	Ficción	37.275	64A Films	NO APLICA	Carlos Moreno	Diego Ramírez	F. Fondo para el Desarrollo Cinematográfico - Producción de Largometrajes para Finalizar en digital, 2009.	Mejor Fotografía, Competencia Internacional de Ficción, Sundance 2011 - Premio Especial, Competencia Colombia al 100%, 51 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, Colombia, 2011.
2012	Chocó	Ficción	31.959	Antorcha Films		Jhonny Hendrix	Jhonny Hendrix		FESTIVAL DE CINE DE TRINIDAD Y TOBAGO (2012) Mención especial en la categoría Mejor Narrativa - Premio del Público, 52 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, 2012.
2012	180 Segundos	Ficción	160.448	64A Films	APOYO: RCN CINE	Alexander Giraldo	Diego Ramírez	F. Posproducción de largometrajes, Convocatoria de Ficción, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico -FDC-, 2011.	
2012	La Sirga	Ficción	21.555	Contravía Films	Ciné-Sud Promotion (Francia) y Film Tank (México) En asocio con: Burning Blue, RCN Cine e ENNOVA, Laboratorios Black Velvet y Movie City	William Vega	Oscar Navia Ruiz	FDC Colombia, Ibermedia, Fonds Sud Cinema, Cine en Construcción 21.	Mejor Película Bratislava, Premio Especial del Jurado y Mejor Fotografía Lima, Mejor Director Valdivostock, Premio de la Crítica Internacional Fipresci Mar del Plata
2012	Apaporis, secretos de la selva	Documental	45.007	Fundación imagen Latina	NO APLICA	Antonio Dorado	Antonio Dorado - Alberto Dorado	Realización de Documentales, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico -FDC-, 2005. - Postproducción de Largometrajes, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico -FDC-, 2009.	Premios The Lift, Titra California y New Art Digital, Guadalajara Construye, XXIV Festival Internacional de Cine en Guadalajara, México, 2009.- Premio Especial, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI-, 2011. - Mención de honor, 28 Festival de Cine de Bogotá, 2011. - Mejor documental profesional, 1er

									Festival de Video Ambiental (CVC).
2013	Amores peligrosos	Ficción	46.645	Fundación imagen Latina	Futuro (Venezuela) Hangar (Bogotá) films / Films	Antonio Dorado	Antonio Dorado	Nacionales / Apoyo para el desarrollo del Programa IBERMEDIA 2007 / Asesoría en escritura del guión con Jorge Goldenberg de IDEA-FIA España 2008 Apoyo para producción, co-producción minoritaria de CNAC Venezuela 2009 Producción Fondo Desarrollo Cinematografico - FDC 2007	
2014	Ciudad delirio	Ficción	298.939	64A Films	NO APLICA	Chus Gutierrez (España)	Nancy Fernández	Estímulo de producción FDC 2013	
2014	Anina	Animación	11.859	Antorcha Films	Palermo estudio y Raindogs cine	Alfredo Soderguit	Jhonny Hendrix	Fondo para el Desarrollo Cinematográfico - FDC Apoyo Programa IBERMEDIA Fondo de Fomento ICAU Apoyo Visions sud est (Suiza)	Festival Internacional de Cine de Cartagena (Mejor Director)- Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente BAFICI (Mejor película extranjera) - Animamundi (Premio del público en la categoría Mejor largometraje infantil) - Festival de Cine de Unasur (Mención Especial del Jurado) - Festival de Cine Latinoamericano La Plata (Mejor película)

2014	Los Hongos	Ficción	9.833	Contravía Films	Burning Blue (Colombia), Arizona Production (Francia), Campo Cine (Argentina) y Una Film (Germany).	Óscar Ruiz Navia	Gerylee Polanco Uribe – Diana Bustamante – Óscar Ruiz Navia	Residencia Cinefondation Festival de Cannes, Framework production Award Torino Film Lab, Buenos Aires Lab, FDC Colombia, Hubert Bals Fund, World Cinema Fund.	Premio Especial del Jurado, Cineastas del Presente/ Festival de Cine de Locarno, Premio Dioraphte/Festival de Cine de Rotterdam, Mención Especial de la Sección Nuevas Olas/Festival de Cine Europeo de Sevilla, Mejor Película Nacional/Festival Internacional de Cine de Cali, Mejor actriz, Mejor Dirección, Mejor Montaje, Mejor Dirección de Arte/Festival Internacional de Cine Paz con la Tierra (Costa Rica).
2014	Juntas	Documental	*No estrenada en salas de cine	Making Docs	996 Films (Argentina)	Laura Martínez y Nadina Marquisio	Diana Kuellar		
2014	Petecuy	Ficción	4.862	Fundación Pandebonium	NO APLICA	Oscar Hincapié Mahecha	Paola Burgos	"Premio a las narrativas culturales de los grupos de interés", Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura, 2014.	
2014	Deshora	Ficción	1.600	Antorcha Films	NO APLICA	Bárbara Sarasola Day	Jhonny Hendrix	Desarrollo de Proyectos Cinematográfico Iberoamericanos, Fundación Carolina- Casa América, España. / Estímulo para el desarrollo de largometraje, Sordfond Norwegian Southern Film Fund.	India Catalina a Mejor Actor, Comeptencia Oficial Ficción, 53 Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias –FICCI-, 2013. / Mención de Honor, 8° Festival de Cine Latinoamericano de San Pablo, Brasil, 2013.- Mención de Honor, Festival Bariloche Audiovisual, Argentina, 2013./ - Premio ópera prima, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales Argentina - I.N.C.A.A.-.
2015	La sargento matacho	Ficción	*No estrenada en salas de cine	Fundación Enic Producciones	Galloping Illussions, Hangar Films, HD Cinema	William González	Alina Hleaph	Fondo para el Desarrollo de Cinematográfico de Colombia	Mejor Actriz, Festival de Cine de Guayaquil, Ecuador, 2016.

2016	Siembra	Ficción	5.340	Contravía Films	Barbara Films - Autentika Films (Alemania) - Universidad Autónoma de occidente	Ángela Osorio - Santiago Lozano	- Gerylee Polanco Uribe - Óscar Ruiz Navia - Ángela Osorio - Santiago Lozano	Fondo para el Desarrollo de Cinematográfico de Colombia	Premio de la Crítica independiente Bocalino, Festival de cine de Locarno. Mejor película Rec Tarragona Film Festival, España 2015. Premio Especial del Jurado Cartagena Film Festival Colombia 2016, GRAND PRIX Toulouse Film Festival, France 2016. Premio del Publico Novos Cinemas Galicia 2016.
2016	Destinos	Ficción	5.600	Cine de amigos	NO APLICA	Alexander Giraldo	Ana Osorio	Sofía Ganador Convocatoria Estímulos Cali, 2016.	Mejor Película Colombiana, VIII Festival Internacional de Cine de Santander (FICS), Colombia, 2016. Mención Especial del Jurado, Nuevo Festival de Cine de Cuenca, Ecuador, 2016 - Premio del Público, II Festival Internacional de Cine de Cúcuta - FICCU-, 2016.
2016	Saudó laberinto de almas	Ficción	20.400	Antorcha Films	NO APLICA	Jhonny Hendrix	Jhonny Hendrix - Claudia Arango	Estímulo de escritura de largometraje, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico -FDC-, 2007. - Premio de desarrollo de proyecto, Programa Ibermedia, España, 2007. - Curso de desarrollo de proyectos cinematográficos iberoamericanos, Fundación Carolina, España, 2008. - Estímulo de producción de largometraje, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico -FDC-, 2012. Premios Internacionales	

2016	Todo comenzó por el fin	Documental	7.790	NO APLICA	NO APLICA	Luis Ospina	Luis Ospina	Premio Nacional Cinemateca, Largometrajes de Especial Calidad y Valor Patrimonial, Programa Distrital de Estímulos del Instituto Distrital de las Artes	Premio del público, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI -, 2016. - Premio Mejor director de cine colombiano, Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI -, 2016.
2016	Fragmentos de amor	Ficción	18.800	64A Films	NO APLICA	Fernando Vallejo	Laura Duque - Diego F. Ramírez	Coproducción, Programa Ibermedia, España, 2012. - Apoyo de la Corporación de Cine de Puerto Rico.	
2016	Marimbula	Documental	*No estrenada en salas de cine	Making Docs	NO APLICA	Diana Kuellar	Diana Kuellar	Estímulo FDC 2012 Ganador premio Congo Films	Ganador Doc Buenos Aires. 2015.
2016	Epifanía	Experimental	*Etapas distribución	Contravía Films	Plattform Produktion (Suecia)	Óscar Ruiz Navia - Anna Eborn	Gerylee Polanco Uribe - Oscar Ruiz Navia	CPH:LAB Estímulo Instituto de Cine Danés, Estímulo de desarrollo y producción Instituto de Cine Sueco, Estímulo posproducción FDC Colombia.	
2016	El libro de Lila	Animación	*Etapas distribución	Fosfenos media	Palermo estudio (Uruguay)	Marcela Rincón	Maritza Rincón	Premio de producción de largometraje animado FDC 2012. Ayuda al desarrollo de Ibermedia 2012. Premio desarrollo de largometraje animado FDC 2011. Beca para el Desarrollo de guión para largometraje dirigido al público infantil del Ministerio de Cultura, 2009.	
2016	Pixi Post	Animación	*No estreno nacional	Digitz Films	Planet 141	Gorka Sesma	Marcial Quiñonez	Programa ibermedia / Fondo para el desarrollo cinematográfico	

2016	Matachindé	Documental	*Estreno alternas	salas	Colectivo MEJODA	Tikal producciones	Victor Palacios	Diana Girón	Marcela	<p>  PROIMAGENES Colombia Fondo Cinematográfico </p> <p>  Asocioación Popular de Negros Unidos por la Defensa del Río Yurumanguí </p> <p>  Consejo Comunitario del Río Yurumanguí </p> <p>  Proceso de Comunidades Negras PCN </p> <p>  Centro Juvenil de Medios del Valle del Cauca MEDIUX </p> <p>  Callejón del Búho </p> <p>  Proyecto de Industrias Culturales Cali </p>	<p>-Mejor Documental Festival de Cine y Video de la Comuna 13 La Otra Historia (Colombia, 2014)</p> <p>-Premio India Catalina Mejor Producción de TV Comunitaria Festival Internacional de Cine de Cartagena (Colombia, 2015)</p> <p>Mejor Documental Comunitario Festival de Cine Afro Ananse (Colombia, 2015)</p> <p>Mención de Honor Documental Nacional Festival Internacional de Cine Alternativo y Comunitario Ojo al Sancocho (Colombia, 2015)</p> <p>Premio Especial Moises Huentalafranja pueblos afrodescendientes Festival de Cine de los Pueblos Indígenas (Chile, 2016)</p>
------	------------	------------	----------------------	-------	---------------------	-----------------------	--------------------	----------------	---------	--	--